

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
ESCUELA DE LINGÜÍSTICA**

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
LINGÜÍSTICA APLICADA CON MENCIÓN EN ENSEÑANZA**

**LA INFLUENCIA DE FACEBOOK EN EL CONTACTO LINGÜÍSTICO
ESPAÑOL-INGLÉS.
ESTUDIO DE CASO EN DOS UNIVERSIDADES DE QUITO, ECUADOR**

JOANNA OCHOA VEGA

**DIRECTORA
JANINE MATTS**

QUITO, 2015

*Al escribir este mensaje no puedo evitar el pensar
en aquellas personas que me acompañaron en este camino.
Te agradezco a ti mamá, por haberme brindado tu mano y tu fortaleza
para llevar a cabo esta meta.
Gracias por estar siempre conmigo y por ser la principal causante de mis logros.
A mi ángel guardián, mi padre quien siempre me demostró que la dedicación
y el sacrificado esfuerzo traen consigo grandes beneficios. Contigo aprendí que
que la piedras que te pone la vida no deben ser sinónimo de caída.
Gracias por haberme ayudado a convertirme en la mujer que hoy en día soy.
Gracias por acompañarme hoy y siempre en cada paso que doy.
Le agradezco a toda mi familia por haberme extendido siempre su mano
y por todo su apoyo y amor durante mis años de estudios universitarios.
A Janine Matts, mi tutora, quiero agradecerle por haber sido siempre mi guía
durante el desarrollo de todo este trabajo. Gracias especialmente por todo
el apoyo y las ideas que siempre me brindó para enriquecer la investigación.
Gracias por las horas dedicadas y por toda la motivación brindada.
A mi gran profesora Marleen Haboud, quien con todas sus brillantes ideas
contribuyó de forma significativa con el desarrollo de este trabajo.
Gracias por la experiencia compartida y muchas gracias por todas las historias
de vida que enriquecían cada una de nuestras clases.
A Manolo, mi gran compañero, quien estuvo conmigo durante todo este proceso.
Gracias por todo tu amor y comprensión. Gracias por motivarme a continuar
aun cuando el camino parecería difícil. Gracias por ser ese pilar que me ayudó
a mantenerme siempre de pie.*

Resumen

Los estudiosos del contacto lingüístico han defendido la tesis de que este requiere la interacción entre los hablantes de diferentes lenguas, en el mismo lugar y al mismo tiempo. Es así como se generan las innovaciones lingüísticas como los anglicismos. En la actualidad, Facebook también permite la interacción social entre diferentes hablantes, bilingües (español-inglés) o monolingües. Por lo tanto, esta investigación se planteó demostrar la influencia del uso del inglés en Facebook, en el habla de los estudiantes de dos universidades privadas de Quito. De esta forma, se logró determinar que tanto los bilingües como los monolingües emplean los anglicismos en su habla y que les han atribuido diferentes usos socio-pragmáticos. Finalmente se concluyó que el uso de los anglicismos forma parte del repertorio lingüístico compartido entre los miembros de una comunidad de práctica que ha evolucionado en Facebook.

Abstract

Researchers devoted to the analysis of linguistic contact have supported the thesis that it requires the interaction between speakers of different languages, in the same place at the same time. It is in this way that linguistic innovations, such as anglicisms, are developed. Nowadays, Facebook also allows the social interaction between different speakers, whether they are bilinguals (Spanish- English) or monolinguals. Therefore, this research project posed to prove the influence that the use of English in Facebook has had in the speech of students from two different private universities from Quito. Thus, it was determined that both, bilinguals and monolinguals use anglicisms as part of their speech and they have also attributed different socio-pragmatic uses to anglicisms. Finally, it was concluded that the use of anglicisms is a part of the shared linguistic repertoire between the members of a community of practice that has evolved in Facebook.

Índice

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	6
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
OBJETIVOS	9
GENERAL	9
ESPECÍFICOS	9
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	11
1. El lenguaje en la sociedad	11
1.1. Sociolingüística: una disciplina descriptiva	12
1.2. Variedades lingüísticas.....	13
2. El lenguaje y las comunidades.....	13
2.1. Comunidad de práctica.....	14
2.2. Comunidad de práctica virtual	16
3. Contacto lingüístico.....	18
3.1. Situaciones de contacto lingüístico	18
3.2. Consecuencias del contacto lingüístico.....	19
3.3. El bilingüismo	20
3.3.1. Alternancia de código	20
3.3.2. Contacto sin bilingüismo	22
4. Contacto lingüístico en tiempos de globalización	23
4.1. Contacto lingüístico y la sociedad digital	23
4.2. Anglicismos en el español	25
4.3. Préstamos lingüísticos	26
5. Dobletes léxicos como parte de una comunidad de práctica	27
CAPÍTULO II. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	29
Tipo de diseño.....	29
Población de estudio	29
Técnicas o instrumentos de investigación.....	30
1.1. Recopilación del corpus	30
1.2. Aplicación de encuestas	32
1.3. Variables	34

1.4. Procesamiento de datos.....	34
CAPÍTULO III. ANÁLISIS, DESCRIPCIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	36
CONCLUSIONES.....	72
RECOMENDACIONES	74
BIBLIOGRAFÍA	76

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

La globalización ha generado un conjunto de cambios especialmente en el área económica, científica y tecnológica. Debido a este proceso de cambios, en el cual se requiere la interacción entre distintas naciones, el dominio del inglés se ha convertido en un requisito imprescindible. Además de esto, las nuevas tecnologías y el internet traen consigo una amplia terminología en inglés.

De esta manera, y con el desarrollo de la tecnología nacen las redes sociales. Los grandes beneficios que ofrecen las distintas redes sociales ha aumentado el interés de las personas por tener acceso a estas herramientas de comunicación como es el caso de Facebook. En la actualidad, el acceso a internet no es exclusivo de los jóvenes. De acuerdo con el Reportaje Anual de Estadísticas sobre Tecnologías de la Información y Comunicaciones (INEC 2011), los tres rangos de edad entre los que se encuentran quienes más utilizan el internet parten de 16 a 24 con el 59,4% y de 25 a 34 años con el 39,6%; el uso es menor entre las de 65 y 74 años, que representan el 3,3%. Con respecto al uso de Facebook, En Ecuador, a inicios del 2010 se llegó a contabilizar 500.000 usuarios; a inicios del 2011 el número de usuarios fue de 2'500.000 y a finales del mismo año la cifra incrementó y la cantidad de usuarios llegó a ser de 4'300.000¹.

A pesar de que gran parte de la población adulta también tiene acceso a las redes sociales, es principalmente en los jóvenes en donde podemos encontrar una representación de contacto lingüístico, generado a causa del predominio del uso del inglés dentro de Facebook. Dicho contacto trae como consecuencia la incorporación de aquellos términos extranjeros, también conocidos como anglicismos, dentro del habla de quienes los emplean. Una descripción sencilla de lo que sería considerado como contacto lingüístico menciona que este fenómeno se refiere “al uso de más de una lengua en el mismo lugar y al mismo tiempo” (Thomason, p. 1, 2001).

Se ha establecido que el contacto lingüístico involucra la interacción entre los hablantes de distintas lenguas en un mismo lugar, es decir como parte de una relación interpersonal. Sin embargo es necesario mencionar que esto depende del contacto, pues con

¹Fuente diario El Telégrafo. (<http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/poblacion-ecuatoriana-tiene-mayor-acceso-a-internet-desde-2007.html>)

las nuevas tecnologías cada vez es menor el contacto directo. Por lo tanto, el tipo de contacto que se determinará en este estudio se refiere a un contacto lingüístico mucho más indirecto. Este contacto se genera a través del uso de una plataforma virtual dentro de la cual predominan términos en inglés. Cabe recalcar que no todos los usuarios de Facebook necesariamente son bilingües. Es por esto que el contacto lingüístico no debe ser limitado a la interacción personal entre hablantes de dos lenguas diferentes, quienes entran en la categoría de bilingües.

En la actualidad, el contacto sin bilingüismo total se ha manifestado a través del uso de las redes sociales. Esto se debe a que los hablantes de español únicamente estarían insertando préstamos del inglés dentro de una estructura que continuaría respetando la sintaxis de su lengua materna. Los préstamos han sido definidos como “la incorporación de características foráneas en la lengua materna de un grupo debido a sus propios hablantes. Se mantiene la lengua materna, pero hay varios cambios debido a la incorporación de tales características” (Thomason & Kaufman, 1991, p. 39).

Para algunos lingüistas este tipo de procesos que llevan a combinar dos lenguas no deberían ser aceptados por los hablantes. “Esta invasión que antes afectaba solo al nivel léxico, ha alcanzado ya el semántico y el sintáctico, de tal manera que muchas veces construimos el español sobre una base anglicada sin siquiera dudar” (Martínez, 2008, p. 13). Una visión no tan purista invita a los hablantes a considerar que es imposible impedir la entrada de los términos extranjeros a nuestro idioma (español), sin embargo si podemos dedicar una parte de nuestro tiempo a analizarlos con atención y así intentar buscarles una forma mucho más españolizada, de este modo su integración a nuestro idioma sería mucho más fácil (Martínez, 2008).

En el ámbito social, este estudio busca presentar el impacto de la red social Facebook en la población universitaria seleccionada, desde el punto de vista lingüístico. De esta forma este estudio analizará los principales cambios que se han generado en el habla de los jóvenes quiteños universitarios y así contribuir con el conocimiento lingüístico de las personas involucradas en el crecimiento de este fenómeno de la lengua.

En el ámbito académico, se plantea la importancia del estudio de un contacto lingüístico que se presenta de forma indirecta a través de otras herramientas que también permiten la comunicación. El estudiar el contacto lingüístico entre el uso del inglés dentro

de Facebook y los jóvenes, de los cuales no todos son bilingües, nos permitirá conocer los motivos que llevan a los usuarios a emplear los anglicismos considerando el rol de la comunidad de práctica de la que forman parte.

En el ámbito personal, las redes sociales, el contacto lingüístico y los anglicismos son temas que han cautivado mi total interés. Mi experiencia con respecto al manejo de las redes sociales y mi conocimiento lingüístico, me motivó a buscar distintos aspectos y características que pudieran ser estudiados y analizados a través de la lingüística y así contribuir con futuras posibles investigaciones encabezadas por educadores, estudiosos de las lenguas e investigadores lingüísticos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El propósito de este estudio es identificar la influencia del uso del inglés dentro de la red social Facebook, en el habla de la población hispanohablante universitaria de Quito. La investigación se enfoca en la descripción de los efectos generados en el habla de los jóvenes a causa del contacto lingüístico entre las mencionadas lenguas. De ahí que sea necesario determinar la influencia del uso de inglés en un grupo monolingüe hablante de español y en un grupo bilingüe hablante tanto de español como de inglés. Al mismo tiempo se busca entender desde una perspectiva socio-pragmática la función que cumplen los anglicismos dentro del habla de los participantes seleccionados.

La realización de este estudio fue viable, ya que, la muestra seleccionada se limitó únicamente a la población universitaria conformada por estudiantes del nivel principiante y del nivel superior de la materia de inglés en las dos universidades seleccionadas. Para los fines de esta investigación se decidió optar por estas universidades cuya población de estudiantes se encuentra dentro del mismo rango de estatus social; es decir, clase media alta. Por otra parte, la movilización hacia estas universidades no representó dificultades pues se encuentran dentro de la ciudad de Quito.

OBJETIVOS

1. GENERAL

Demostrar la influencia del uso del inglés dentro de la red social Facebook, en el habla de la población universitaria perteneciente a dos universidades privadas de la ciudad de Quito.

2. ESPECÍFICOS

- Explicar el contacto lingüístico generado entre el español y el inglés utilizado dentro de Facebook por jóvenes tanto bilingües como monolingües.
- Determinar los efectos que se han generado en el habla de los jóvenes hablantes de español debido a la influencia del inglés.
- Describir las razones socio-pragmáticas que llevan a los jóvenes a preferir el uso de anglicismos.
- Demostrar la creación de una comunidad de práctica virtual que ha sido originada a partir de Facebook.

El presente estudio incluye diferentes capítulos que contribuirán con el desarrollo del tema propuesto. Se desarrolló un capítulo en el cual se incluye las diferentes teorías relevantes para el desarrollo del estudio. Del mismo modo se incluyó el capítulo que describe los procesos metodológicos que se implementaron para obtener los datos necesarios. En el siguiente capítulo se presentara el análisis e interpretación de datos pertinentes. Finalmente, se introducen las conclusiones obtenidas, la bibliografía utilizada y los anexos para la mejor comprensión del trabajo realizado.

A manera de recordatorio, debe tomarse en cuenta que este estudio no pretende realizar un análisis del habla de los jóvenes con el fin de juzgar los fenómenos lingüísticos a ser encontrados, sino más bien describir los datos obtenidos para determinar los efectos del contacto. El estudio incluirá un corpus actualizado de las distintas investigaciones lingüísticas que se han realizado en el Ecuador, y aportará para estudios futuros similares.

En relación con el alcance de este estudio, es necesario mencionar que esta investigación se enfoca únicamente en el estudio de la influencia de Facebook en el habla de la población universitaria de dos universidades de Quito. Dentro de la muestra seleccionada se incluyó tanto a un grupo de jóvenes monolingües como a uno de jóvenes bilingües, con el fin de comparar y analizar diferencias en cuanto a la influencia de Facebook de acuerdo con el nivel de conocimiento de inglés por parte de los participantes.

En cuanto a lo que corresponde a las restricciones de este estudio, es necesario mencionar que no se determinarán los diferentes contextos en los cuales los jóvenes emplean los anglicismos. Tampoco se realizará una comparación entre los jóvenes que pertenecen a distintas clases sociales. Finalmente, los extranjerismos que serán estudiados se limitan a los que provienen del inglés y de la red social Facebook.

El principal enfoque de este estudio es el contacto lingüístico que se ha generado a partir del uso de Facebook y la comunidad de práctica virtual en la cual se han sumergido los usuarios sin notarlo. Es necesario recalcar que el estudio podrá servir de modelo para ser aplicado a otros grupos poblacionales del Ecuador que también se encuentren familiarizados con Facebook.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Este capítulo presenta las tendencias teóricas que constituyen la base de este estudio. Se describe el rol del lenguaje en la sociedad, lo cual a su vez nos lleva a definir la lingüística y la rama que se desprende de ella, la sociolingüística. Posteriormente, siguiendo el área de la sociolingüística, se hará referencia al contacto lingüístico y sus efectos. Luego, se describirá el prestigio lingüístico y la expansión de una lengua de poder y, finalmente, detallamos los conceptos de anglicismos junto con los préstamos y los dobles léxicos empleados por los hablantes para la adopción de estos términos extranjeros en el español.

Desde hace más de una década el rol de las redes sociales ha sido analizado desde la tecnología; por ejemplo se ha explorado como el acceso a las redes sociales a través de la red de Internet, ha permitido la transmisión de información en las múltiples plataformas virtuales que han sido creadas para facilitar la comunicación entre usuarios de distintas partes del mundo (Wooley, 2013). Desde el punto de vista de la adquisición de la lengua es poco lo que se ha estudiado con respecto a las redes sociales y su influencia.

1. El lenguaje en la sociedad

El lenguaje es la herramienta de comunicación que facilita la interacción entre los miembros de una misma sociedad. Por lo tanto, podemos afirmar que existe una relación entre ambos elementos.

Por un lado la lingüística tiene como objeto de estudio al lenguaje, esta “toma en consideración la naturaleza social como característica interna de la lengua” (De la Vega, 2001, p. 5). Por otro lado, la sociología ha pretendido concebir a la sociedad como un medio que podría ser constituido sin la presencia del lenguaje (Romaine, 2000). Es precisamente la interrelación del lenguaje y la sociedad los que fundamentan los estudios realizados por la sociolingüística.

Antes de definir a esta rama de la lingüística, es importante presentar los conceptos que definen a los principales elementos de estudio. De acuerdo con Wardhauhg (2006), empleamos el término sociedad para referirnos a un grupo de personas que se juntan con

uno o varios propósitos. En cuanto al lenguaje, el autor lo define como aquello que hablan los miembros de una sociedad en particular².

Del estudio de la sociedad y la lengua se ocupa la sociolingüística que correspondería, en términos de Saussure, a la lingüística externa, es decir, aquella que se interesa en el contexto en donde habita una lengua en particular pues la lengua va más allá de ser una herramienta de comunicación para convertirse en una institución social (Saussure, 1945).

Como mencionamos anteriormente, es precisamente la sociolingüística aquella disciplina “que busca descubrir las leyes y normas sociales que determinan el comportamiento lingüístico en las comunidades lingüísticas; se esfuerza por delimitar y definir este comportamiento con respecto a la lengua” (Fishman, 1971, pp. 19-20). Por ende, es a través de la sociolingüística que los hechos sociales son utilizados con el propósito de facilitar la explicación y la mejor comprensión de distintos hechos lingüísticos (De la Vega, 2001).

En base a estas definiciones presentadas previamente, podemos determinar que existe una diferencia en cuanto al enfoque de estudio de la lingüística y de la sociolingüística. Sin embargo, el principal elemento de estudio de ambas es la lengua. Especialmente para la sociolingüística es esencial “localizar cómo se inscribe lo social en la lengua y en las prácticas lingüísticas” (Rotaetxe, 1990, p. 15). Por lo tanto, es fundamental para esta disciplina el determinar la relación lengua-sociedad. Para los sociolingüistas es inconcebible el separar ambos elementos pues consideran que estos mantienen una fuerte relación entre sí.

1.1. Sociolingüística: una disciplina descriptiva

Dentro de los intereses de la sociolingüística se encuentran la observación y descripción del uso que le atribuyen los hablantes a una lengua, más no el dictar reglas y sanciones que castiguen a quienes utilicen la lengua de forma “incorrecta”. Es por este motivo, que este estudio se basa en una perspectiva sociolingüística y en los principios establecidos dentro de ella como guía. Desde la perspectiva de algunos lingüistas, no se

² Todas las citas tomadas de publicaciones en inglés han sido traducidas por mí para este trabajo.

debería estudiar el uso de la lengua o cómo esta es aprendida si no se ha adquirido un conocimiento previo acerca de lo que es la lengua por sí misma; inclusive puede considerarse que el deber del lingüista debería ser el de crear gramáticas que le permitan a los hablantes el desarrollar su conocimiento acerca de la lengua (Wardhaugh, 2006).

La sociolingüística presenta los efectos de la relación entre la lengua y la sociedad con el propósito de ser descritos y analizados en base a distintos rasgos sociales. Entre los efectos que podemos encontrar como resultado de esta relación está la variación lingüística, la cual la describiremos en la sección siguiente. Así también es importante mencionar que la sociolingüística presenta un enfoque hacia la heterogeneidad y junto con esta las posibles variaciones que se pueden apreciar en una lengua a causa de distintos factores sociales (Rotaetxe, 1990).

1.2. Variedades lingüísticas

Así como los hablantes, las lenguas están en constante cambio ya que se encuentran rodeadas de factores sociales, como la edad, la política, la religión y otros más que evolucionan con el transcurso del tiempo. Es por esto que para los estudiosos de la sociolingüística no es concebible prescribir el uso de una lengua, pues quienes ejercen poder sobre ella son los hablantes. Los cambios producidos en la lengua se encuentran enmarcados dentro de las variedades lingüísticas, las cuales incluyen variedades sociales, dialectos geográficos, sociolectos, jergas e incluso estilos y registros (García, 1992).

Estas formas de la lengua se diferencian de la variedad estándar, aquella que cuenta con prestigio propio pues hace referencia a la lengua culta en su máxima expresión. Por otra parte, las variedades lingüísticas son propias de una comunidad de hablantes que busca diferenciarse de sus vecinos, es decir, hablantes de otras comunidades (Romaine, 1996).

2. El lenguaje y las comunidades

El lenguaje, como ha sido mencionado en las secciones anteriormente presentadas, cumple una función social: la de facilitar la comunicación entre los miembros de una comunidad. Dentro de las áreas de estudio de la sociolingüística, figuran las comunidades lingüísticas y las comunidades de habla. Las primeras se refieren a:

toda sociedad humana que, asentada históricamente en un espacio territorial determinado, reconocido o no, se auto identifica como pueblo y ha desarrollado una lengua común como medio de comunicación natural y de cohesión cultural entre sus miembros. La denominación lengua propia de un territorio hace referencia al idioma de la comunidad históricamente establecida en este espacio³.

El lenguaje, más allá de ser una posesión con la que cuenta cada uno de los individuos, es también una posesión social. Se considera que aquellos individuos que comparten una misma lengua, dialecto o variedad en común conforman una comunidad de habla (Wardough, 2006). De acuerdo con Labov (1972), una comunidad de habla comprende un grupo de hablantes, los cuales comparten un conjunto de normas. Estas normas no son exclusivamente lingüísticas sino también sociales.

Es necesario resaltar que ambos conceptos, comunidad lingüística y comunidad de habla aún se encuentran en discusión, pues las definiciones no son totalmente compartidas por lingüistas y sociolingüistas. La discusión de estos términos es realmente extensa, por lo tanto he decidido mencionarlos brevemente pues para los propósitos de este estudio me enfocaré en la comunidad de práctica.

2.1. Comunidad de práctica

Los seres humanos somos seres sociales por lo tanto estamos en constante interacción con otros, sobre todo con aquellos quienes parecen tener intereses similares a los nuestros. La noción que conlleva a la conceptualización de comunidad de práctica, considerada como el fundamento de una teoría social de aprendizaje, fue desarrollada por Jean Lave & Etienne Wenger, antropólogas cognitivas.

El concepto de comunidad de práctica hace referencia a lo expuesto anteriormente, es decir, el conjunto de personas cuyas creencias y valores compartidos los han unido con el fin de alcanzar un mismo propósito. Un grupo de amigos, los miembros de una familia, los integrantes de una banda, son algunos ejemplos de distintas comunidades de práctica (Eckert & McConnell-Ginet, 1999). De acuerdo con Wenger (1998), las comunidades de

³ <http://www.unesco.org/cpp/sp/declaraciones/linguisticos.htm>

práctica se encuentran en todos lados y todos pertenecemos a algunas de ellas ya sea al formar parte de un centro de estudio, de trabajo o en actividades extras como pasatiempos y otros más.

En algunos casos podemos ser miembros periféricos o miembros esenciales, por ejemplo: podemos ser miembros de una banda o simplemente asistir a los ensayos para socializar con los integrantes. Indistintamente del tipo de miembros que seamos, la mayoría de las personas estamos familiarizadas con la experiencia de pertenecer a una comunidad de práctica. Es necesario mencionar que cada uno de los miembros de la comunidad de práctica aprende como actuar de acuerdo al estatus de su membresía. Al integrarse a una comunidad de práctica los miembros serán considerados como periféricos, luego podrían ascender a ser miembros esenciales, aunque también cuentan con la opción de permanecer como miembros periféricos. Esto nos lleva a determinar que la interacción dentro de una comunidad de práctica necesariamente conlleva a la adquisición de la competencia sociolingüística (Wenger en Holmes & Meyerhoff, 1999).

A pesar de que hoy en día el concepto de comunidad de práctica esté siendo empleado dentro del campo de la sociolingüística, su origen y uso están ligados a la teoría de aprendizaje. El principal propósito era el de examinar las distintas relaciones que se crean a partir del aprendizaje, pues la interacción no se limita únicamente al estudiante y al profesor (Wenger, 2007). Para algunos sociolingüistas es factible considerar a la comunidad de práctica como una herramienta que permite la descripción de la variación de la lengua.

La noción de comunidad de práctica abarca algo más que la interacción entre individuos de una misma comunidad, puede ser también de gran ayuda para lograr la comprensión del comportamiento humano y del comportamiento lingüístico. El concepto que envuelve a la comunidad de práctica, dentro de la sociolingüística, podría relacionarse con los conceptos de “comunidad de habla” y “red social” no obstante el término “práctica” parece ofrecer algo mucho más complejo que lo que involucran los dos anteriores (Holmes & Meyerhoff, 1999).

Dentro del concepto de comunidad de práctica se identifican tres importantes dimensiones (compromiso mutuo, empresa conjunta y repertorio compartido), para este

estudio la última dimensión es la de mayor relevancia. De esta forma se encuentran el compromiso mutuo, la empresa conjunta y el repertorio compartido.

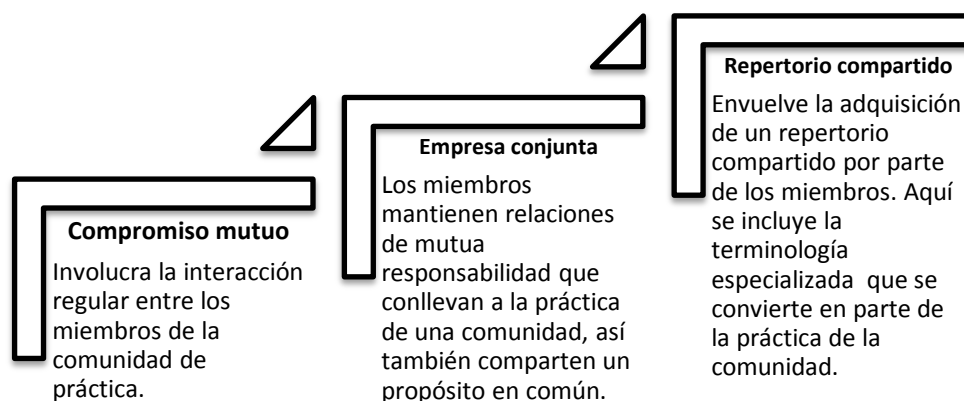


Gráfico 1.1: Dimensiones de la comunidad de práctica

A partir de Wenger en Holmes & Meyerhoff, 1999.

Estas dimensiones pueden formar parte de distintas comunidades de práctica pues parecería que el único requisito sería la interacción entre los miembros. Fue mencionado anteriormente que el concepto de comunidad de práctica tuvo origen dentro de la teoría de aprendizaje no obstante su uso se ha expandido a otras áreas como la Web o Internet. Es aquí en donde emerge un nuevo concepto que combina la práctica de una comunidad y el aspecto virtual.

2.2. Comunidad de práctica virtual

Hasta ahora la literatura que hemos presentado con respecto al concepto de comunidad de práctica ha estado relacionada con la interacción personal, es decir cara a cara, y las relaciones que se forman entre individuos que se encuentran en un mismo espacio físico, como en una empresa, una institución educativa o incluso política. Ahora continuaré con la introducción de la comunidad de práctica de mayor interés para este estudio: la comunidad de práctica virtual.

Hoy en día la interacción y comunicación entre individuos de distintas partes del mundo es factible gracias a la evolución de la tecnología y de las distintas herramientas de comunicación que se han desarrollado junto con ella. Las nuevas tecnologías, a través del

internet, han permitido expandir el alcance de la interacción con otros individuos más allá de las posibles limitaciones geográficas de las comunidades tradicionales (Wenger, 2007).

Dentro de la comunidad de práctica virtual, el uso de la tecnología representa un papel importante, por lo tanto una comunidad de práctica adquiere el aspecto virtual cuando los miembros que la constituyen utilizan las conocidas tecnologías de información y de comunicación (ICT) como el medio primordial de interacción. Dentro de una CPV se pueden utilizar una amplia gama de medios de comunicación como el teléfono, teleconferencias, fax, entre otros. Del mismo modo, se puede hacer presente el uso de herramientas tecnológicas menos sofisticadas como el correo electrónico, videoconferencias, grupos de noticias, bases de datos compartidas, sitios de internet, entre otros, todo esto con el propósito de sustentar la interacción por parte de los miembros (Dubé et al., 2005).

Unas de las herramientas de comunicación que forman parte de la comunidad de práctica virtual son las redes sociales, aquellas plataformas virtuales que facilitan la interacción entre los miembros de la comunidad. Por otra parte, las redes sociales así como las comunidades de práctica, permiten crear vínculos con individuos que comparten intereses similares. Dentro del ambiente que se ha generado en la red de internet, las redes sociales se encuentran relacionadas con los servicios tecnológicos y los programas que permiten llevar a cabo la comunicación con individuos de cualquier parte del mundo y en cualquier momento. Como parte de la categoría de redes sociales encontramos sitios como Facebook, MySpace, LinkedIn, en los cuales solo basta crear un perfil para lograr establecer conexión con personas conocidas (Gunawardena et al., 2009).

En las redes sociales, se encuentra la presencia de más de una lengua pues la lengua materna de los miembros varía de acuerdo a su ubicación geográfica. Adicionalmente y como característica primordial, gran parte de las redes sociales fueron creadas por angloparlantes por lo tanto la configuración de aquellos sistemas de comunicación virtual fueron introducidos al internet en inglés. La presencia de varias lenguas dentro de un mismo ambiente ha dado paso al contacto lingüístico. Para propósitos de este estudio, el contacto lingüístico de mayor interés es el que se ha generado entre el español y el inglés, lenguas que se encuentran presentes dentro de plataformas virtuales como Facebook.

3. Contacto lingüístico

El contacto lingüístico es uno de los de estudio por parte de los sociolingüistas, pues la interacción entre hablantes de distintas lenguas ha sido la causante de diversos cambios en el sistema lingüístico de las lenguas que entran en contacto. De forma simple y sencilla, Thomason (2001) define al contacto lingüístico como el uso de más de una lengua en el mismo lugar y al mismo tiempo. Es decir que es necesario que exista algún tipo de acercamiento entre las lenguas para que el contacto lingüístico se haga presente.

Es conocido que a lo largo de la historia de la humanidad, el contacto lingüístico se ha originado a través de la interacción personal y en muchas otras ocasiones las personas involucradas han presentado un grado poco alto de fluidez en las lenguas en situación de contacto. Además de esta posibilidad existen otras que se han desarrollado en el mundo moderno especialmente debido a la comunicación de masas, hoy en día muchas formas de contacto se originan únicamente a través del lenguaje escrito (Thomason en Hickey, 2013, p. 32). Es precisamente este reciente tipo de contacto lingüístico, el cual discutiré más tarde, en el que se enfoca este estudio pues el contacto lingüístico ya no se limita a la interacción presencial de los hablantes sino que las nuevas formas de comunicación, como las redes sociales, están actuando de intermediarios en la interacción y comunicación. Es imprescindible mencionar que el contacto lingüístico se ha generado en varias formas y situaciones, las cuales se mencionarán en la siguiente sección para una mejor comprensión histórica de este fenómeno lingüístico.

3.1. Situaciones de contacto lingüístico

Las lenguas han estado en contacto a lo largo de la historia, es decir, alrededor de algunos miles de años. Es aún mucho más probable que el contacto haya surgido al inicio de la humanidad, o tan pronto como los humanos empezaron a hablar más de una lengua (Thomason, 2001).

En esta sección se describirán las situaciones de contacto lingüístico en la historia presentadas por Appeal & Muysken (2006). **La primera situación** de contacto es el archipiélago lingüístico en donde muchas lenguas no se encontraban relacionadas, cada una de ellas contaba con pocos hablantes en la misma ecósfera. Estas situaciones son

consideradas como raras hoy en día, sin embargo se estima que debieron haber sido muy frecuentes en la época pre colonial. Desde el punto de vista sociolingüístico, estas áreas estaban caracterizadas por un tipo de bilingüismo extensivo y desde el punto de vista lingüístico, se observaba una amplia difusión léxica y sintáctica.

La segunda situación se refiere al enclave de contacto de lenguas que afecta a fronteras más o menos estables entre familias lingüísticas. Aquí se presentan los bordes que recorren entre las lenguas romances y germánicas a través de Suiza. **La tercera situación** se debe a la expansión colonial europea. Los efectos de la colonización causaron la creación de algunas sociedades en donde las lenguas europeas coexisten con las lenguas nativas de quienes fueron conquistados, así como también la creación de las lenguas criollas.

La cuarta situación refleja las bolsas individuales de hablantes de lenguas minorizadas, aisladas por las lenguas minorizadas más próximas. Como ejemplos encontramos al galés y el gaélico en Gran Bretaña, así como el frisón en Holanda. Finalmente, está **la quinta situación** la cual tuvo origen debido a los productos de movimientos migratorios inversos: afluencia al mundo industrializado de individuos procedentes de sociedades postcoloniales del Tercer mundo. Tal es el caso de las personas procedentes del Caribe que han migrado a América del Norte.

Como producto o resultados de estas situaciones previamente descritas se ha abierto el camino al contacto lingüístico y pues como Appeal & Muysken mencionan “la sociolingüística no es como la química, cuando se ponen dos lenguas se juntan no siempre se obtiene el mismo resultado” (2006, p. 5). Por lo tanto, el contacto lingüístico no siempre se dará de la misma forma y es aquí en donde se originan diferentes efectos como resultado de la diferencia del contacto que se ha producido.

3.2. Consecuencias del contacto lingüístico

Las consecuencias del contacto lingüístico involucran diversos factores políticos e inclusive culturales. Entre las principales consecuencias encontramos el bilingüismo, el multilingüismo y la diglosia. En algunos otros casos el contacto entre lenguas puede ser el causante del desplazamiento o de la extinción de la lengua que cumple el rol de minorizada. Debido a que este estudio se enfoca en el contacto que se ha generado entre dos lenguas

colonizadoras, como lo son el español y el inglés, es el bilingüismo el que proveerá la información necesaria para los propósitos que guían esta investigación.

3.3. El bilingüismo

La literatura que corresponde al tema del bilingüismo es muy amplia, por lo tanto en esta sección únicamente se describirá el bilingüismo en el nivel social e individual.

En cuanto al bilingüismo social, este ocurre cuando dos o más lenguas son habladas por parte de los miembros de una sociedad en particular. Las situaciones que se pueden originar dentro de este tipo de bilingüismo son tres, en la primera situación se encuentra la presencia de dos lenguas pero cada grupo de hablantes es monolingüe. En la segunda situación todos los hablantes son bilingües y en la tercera, un grupo es monolingüe y otro es bilingüe. En algunos casos, el grupo bilingüe es considerado como no dominante u oprimido ya que representa la minoría (Appeal & Muysken, 2006).

Con respecto al bilingüismo individual, tal y como lo indica su característica principal, este se refiere al grado o nivel de dominio que presenta un individuo con respecto a dos lenguas. Pérez (2012), introduce la dicotomía del bilingüismo individual en base a lo expuesto por diferentes autores. Así se presenta el bilingüismo coordinado y compuesto (Weinreich, 1953), bilingüismo temprano y tardío (Lambert, 1985), bilingüismo simultáneo y sucesivo (McLaughlin, 1984), bilingüismo aditivo y sustractivo (Lambert, 1975) y bilingüismo de élite y folk (Skutnabb-Kangas, 1981).

El determinar si un hablante es bilingüe o no es una de las principales discusiones de los lingüistas y sociolingüistas, al seguir la línea de Weinreich (1953) determinamos que la práctica de utilizar dos lenguas de forma alternante se denomina bilingüismo y las personas implicadas en este acto, bilingües. Uno de los efectos que surge a raíz del bilingüismo es la alternancia de códigos, tema que será abordado en la siguiente sección.

3.3.1. Alternancia de código

Los hablantes bilingües, al conocer y dominar dos diferentes lenguas deben mantenerlas separadas la una de la otra al momento de la producción y recepción del mensaje. En algunas ocasiones los hablantes prefieren emplear ambas lenguas en una misma situación, de acuerdo con Appel & Muysken (1998) muchos bilingües cambian de

una lengua a la otra en sus interacciones diarias con otros hablantes, a este acto se lo conoce como alternancia de códigos.

La alternancia de códigos se refiere al uso alternante de dos lenguas es decir que el hablante recurre a otra lengua para tomar de ella una palabra, frase u oración, una vez realizada esta acción el hablante regresa a su lengua base. La alternancia de códigos puede producirse con una sola palabra, como por ejemplo: “On a pris un *trail*” (nosotros tomamos un tren), o con cláusulas enteras como en la siguiente oración originalmente en ruso con una alternancia de código al francés: “Chustvovali, chto *le vin est tiré et qu’il faut le boire*” (Sentían que el vino estaba descorchado y que debía ser bebido) (Grosjean, 2012).

De acuerdo con Wardhaugh (2008), la alternancia de códigos usualmente se da de forma inconsciente, es decir que el hablante no está consciente de que ha cambiado de código y por lo tanto no podría reportar el código que ha empleado al hablar de algún tema en particular dentro de una conversación. Siguiendo la línea de la alternancia de código, Gumperz (1982) define a este fenómeno sociolingüístico como la situación en la cual el hablante bilingüe utiliza la segunda lengua ya sea para reiterar el mensaje emitido o para responder a lo que alguien más ha dicho.

Uno de los grandes mitos con respecto a la alternancia de códigos es que los bilingües cambian de códigos como consecuencia de la pereza, en contraste con esta concepción Grosjean (2012) menciona que los bilingües emplean esta estrategia lingüística por distintas razones, la primera de ellas se debe a que algunos conceptos se expresan mejor en otra lengua. Los hablantes buscan la *mot juste*, es decir que la palabra o la expresión que proviene de la otra lengua es mucho más precisa que el equivalente de la lengua base. La segunda causa establece que la alternancia de códigos satisface una necesidad lingüística del hablante para utilizar un término o una expresión.

La tercera causa se lleva a cabo cuando se busca reportar lo que alguien dijo en otra lengua. Para un hablante bilingüe sonaría artificial traducir aquel enunciado a otro bilingüe que entiende y que domina la otra lengua perfectamente. Otra de las formas en las cuales los hablantes emplean la alternancia de código es como “estrategia social para demostrar la participación del hablante, marcar la identidad de un grupo, excluir a alguien, elevar el estatus, demostrar pericia, entre otras razones” (Grosjean, 2012, pp. 54-55).

Asimismo, se ha llegado a determinar que la alternancia de código lleva consigo un prestigio oculto el cual se vuelve explícito a través de las actitudes de los hablantes que emplean esta estrategia comunicativa (Auer, 2002). Por lo tanto, se puede establecer que la alternancia de código llega a ser empleada por los bilingües para poder ser distinguidos de cualquier otro grupo. Es así como este fenómeno lingüístico es conocido como una herramienta de comunicación prestigiosa y como un signo de educación y competencia en otra lengua (Suleiman, 1999).

Es importante aclarar que para los propósitos de este estudio únicamente se considerará como alternancia de código a aquellas estructuras sintácticas como oraciones y cláusulas que provienen del inglés y que son utilizadas por los hispanohablantes, especialmente bilingües.

Como fue mencionado anteriormente, el bilingüismo surge como resultado de un contacto lingüístico y la alternancia de códigos surge como efecto del bilingüismo. Es posible encontrar una situación de contacto en la que no se genere bilingüismo en los hablantes, tema que abordaremos en la sección siguiente.

3.3.2. Contacto sin bilingüismo

El contacto lingüístico no siempre conlleva al bilingüismo de los hablantes involucrados. Muchos hablantes de español conocen varios términos en inglés, incluso pueden llegar a formular oraciones cortas y sencillas que a pesar de no respetar la sintaxis de la otra lengua el mensaje logra ser comprensible. En el Ecuador, el inglés forma parte de la malla curricular de la mayoría de los centros educativos, es decir que los estudiantes ecuatorianos reciben la materia de inglés por aproximadamente doce años, sin contar los años de instrucción superior. A pesar de esto, no todos los ecuatorianos son bilingües y en muchos casos el conocimiento de esta lengua extranjera es limitado.

De acuerdo con Thomason (2001), el contacto sin bilingüismo forma parte del mundo moderno. La omnipresencia del inglés se ha expandido más allá de las naciones angloparlantes. Millones de personas que no hablan inglés han entrado en contacto con este idioma a través de la radio, la televisión, películas de Hollywood, música popular y formas escritas de todo tipo. Algo de inglés se puede aprender a través de estos medios de contacto,

sin embargo este conocimiento permanecerá pasivo a menos de que las personas tengan la oportunidad de poner en práctica de forma oral y escrita lo aprendido.

En la actualidad, el contacto lingüístico se ha expandido hasta el internet y junto con este a las redes sociales en las cuales el uso del inglés presenta un rol protagónico, todo esto como un efecto de la globalización.

4. Contacto lingüístico en tiempos de globalización

La globalización es la separación del tiempo y del espacio, en el cual a través de las comunicaciones instantáneas, se puede compartir tanto el conocimiento como la cultura, todo esto de forma simultánea (Giddens, 2000).

Si bien es cierto, la globalización es principalmente vista como un fenómeno económico, esta ha logrado expandirse a otras áreas como a la de la tecnología. En la actualidad, la comunicación mediada por computador es una de las características de la globalización y junto con esta el internet se ha convertido en un espacio de contacto lingüístico entre los hablantes de diferentes lenguas.

Gran parte de la información con respecto a la tecnología y otras áreas como la ciencia o la política llega en inglés independientemente de que el país este conformado por hispanohablantes o francoparlantes. Los hablantes de otras lenguas se ven inmersos en un contacto indirecto, que en muchas ocasiones se presenta de forma escrita. Algo similar ocurre en las plataformas virtuales o redes sociales, en donde el inglés tiene un rol protagónico.

4.1. Contacto lingüístico y la sociedad digital

Como se ha venido mencionando en el transcurso de este estudio, las redes sociales representan una fuente de interacción entre los usuarios hablantes de diferentes lenguas.

Dentro de estas redes sociales la lengua con mayor predominio es el inglés, tal es el caso de Facebook, utilizado por millones de personas de distintas partes del mundo. De acuerdo con Espinoza (2014), periodista ecuatoriano, el número de usuarios ecuatorianos en Facebook ha aumentado considerablemente desde el año 2009.

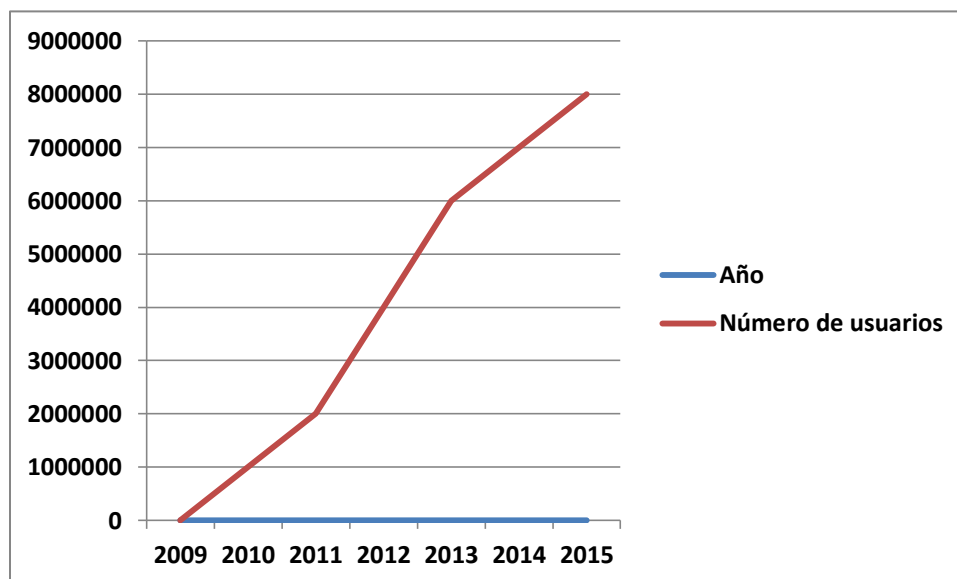


Gráfico 1.2: Crecimiento del número de usuarios ecuatorianos en Facebook

Fuente: Cobertura digital (2014)⁴

Estas cifras demuestran como con el transcurso de los años el número de personas que deciden formar parte de una comunidad de práctica virtual aumenta de forma significativa. Desde el punto de vista lingüístico esto significa que cada día son más quienes se emergen en un contacto lingüístico con una lengua de poder como lo es el inglés.

La sociedad digital o comunidad de práctica virtual según se ha decidido adoptar en este estudio, abarca mucho más que simplemente crear un perfil dentro de una plataforma virtual. Se podría afirmar que en muchas ocasiones el pertenecer a esta comunidad conlleva al desarrollo de una necesidad para quienes las utilizan constantemente.

Hoy en día los usuarios pueden acceder a las redes sociales a través de sus teléfonos inteligentes. Es decir, que el contacto lingüístico que se genera puede llegar a ser intenso, pues el acceso a estas plataformas se da manera constante. Crystal (2004) introduce el término “netspeak” para referirse al lenguaje que se ha generado debido al intenso uso de las personas del internet y de los distintos caminos a los que este lleva.

⁴ <http://www.cobeturadigital.com/2014/12/29/redes-sociales-ecuador-facebook-paso-los-8-millones-2015/>

En el caso del Ecuador, en donde la lengua oficial es el español, el contacto lingüístico entre los usuarios y Facebook ha generado como resultado la incorporación de una serie de anglicismos que al parecer han llegado para quedarse dentro del español.

4.2. Anglicismos en el español

La presencia de los anglicismos dentro del español se ha fortalecido debido al rol internacional y dominante que estos han desarrollado con el transcurso de los años. Para Alfaro (1964), pionero en el tema de los anglicismos, estos han empleado distintos mecanismos de penetración a través de los cuales han logrado la inmersión en otros idiomas. Los medios de difusión han sido la prensa, la industria, el campo cinematográfico, la publicidad y las distintas relaciones sociales e internacionales que se han desarrollado entre los países que tienen como lengua oficial el español y entre los países que tienen como lengua oficial el inglés, los que han servido como herramientas de transmisión.

Los anglicismos no han sido incorporados en el español únicamente con la función de ocupar el lugar de algún término que no forma parte del repertorio de la otra lengua, sino que también estos pueden llegar a reemplazar un término que ya existe. Además de esto, los anglicismos han sido adaptados al léxico del español como resultado de un contacto lingüístico. Así también estos términos prestados o tomados del inglés son empleados por los hablantes con fines comunicativos (Rodríguez, 1996). De acuerdo con el autor, los anglicismos se correlacionan con la edad, en distintos campos como por ejemplo la música, los deportes y hoy en día principalmente en la redes sociales.

En cuanto a la clasificación de los anglicismos, Pratt (1980) realiza una distinción entre *anglicismo léxico (patente y no patente)* y *anglicismo sintáctico*. Describe como anglicismo léxico patente toda forma identificable como inglesa, ya sea importada directamente, o adaptada parcial o totalmente a las pautas ortográficas del español contemporáneo. Dentro de la clasificación de anglicismo no patente se incluye a aquellos elementos que se reconocen como formas españolas.

El término anglicismo es muy general pues comprende una serie de factores que han sido generados a través de las distintas situaciones de contacto entre diferentes lenguas. De este modo y para los propósitos de este estudio me delimitaré al tema de los préstamos lingüísticos.

4.3. Préstamos lingüísticos

En la actualidad, es muy común escuchar en conversaciones protagonizadas por jóvenes quiteños oraciones en las cuales se incluye algún préstamo como por ejemplo: Dale *like* a mi foto, es para ganar un concurso. El término “like” ha sido importado directamente del inglés, manteniendo la pronunciación y escritura de la lengua original.

Los préstamos lingüísticos son la más clara representación de la influencia del contacto entre los hablantes de dos lenguas diferentes. Thomason & Kaufman (1988, p. 37) definen a los préstamos como la incorporación de elementos extranjeros en la lengua de un grupo de hablantes nativos, incorporados por los mismos hablantes de aquella lengua.

Por otro lado, Trask describe los préstamos como la transferencia de características de cualquier tipo de una lengua a otra como resultado del contacto (2000, p. 44). De acuerdo con Grosjean (2012), el préstamo lingüístico se refiere a la integración del léxico de dos lenguas. Para Soler (2009), los préstamos no son más que el resultado que se ha obtenido debido a la influencia que tiene una lengua en otra, ya sea por razones políticas, sociales, culturas, entre otras, sin dejar a un lado al contacto lingüístico. La incorporación de los préstamos de una lengua a otra puede llegar a alterar la lengua recipiente en el nivel fónico, morfológico, sintáctico, léxico-semántico y hasta en el pragmático.

Debido al intenso uso de las redes sociales, muchos de los préstamos que han adoptado los hablantes, principalmente los jóvenes, son los préstamos léxicos, por lo tanto se adoptará la clasificación de Pratt (1980) con respecto a los anglicismos léxicos, patentes y no patentes.

En cuanto al uso de los préstamos, es esencial mencionar la distinción entre préstamos necesarios e innecesarios. Soler (2009) menciona que los préstamos necesarios son aquellos que han sido adoptados por los hablantes a causa de la carencia de una expresión equivalente en su lengua natal, por ejemplo muchos préstamos del inglés son empleados en el campo de la informática pues en el español no hay equivalentes para aquellos términos.

Al contrario de esto, los préstamos innecesarios son aquellos que cuentan con equivalentes en la lengua receptora y han sido adoptados por los hablantes por diferentes

motivos como el prestigio de la lengua recipiente (Soler, 2009). Retomando el ejemplo del préstamo *like*, en el español contamos con el equivalente el cual es la expresión “me gusta” sin embargo, debido al intenso contacto de los hablantes con Facebook, el incluir este término extranjero dentro de sus oraciones se ha vuelto algo muy común.

Por otra parte, la presencia de los anglicismos dentro del español es tan grande que ha abarcado otro nivel de la lengua como el socio-pragmático pues los hablantes han desarrollado diferentes conceptos mentales en cuanto al significado que un término en particular podría tener en español y en otra lengua, en este caso en inglés. A este fenómeno lingüístico se lo conoce como dobles léxicos, tema que será abordado con mayor profundidad en la siguiente sección.

5. Dobles léxicos como parte de una comunidad de práctica

Se considera que los hablantes utilizan elementos lingüísticos provenientes del contacto no particularmente debido al simbolismo social, sino porque sin ellos sería difícil decir lo que buscan decir (Garcia & Otheguy, 2011, p. 135). En otras ocasiones, el uso de los préstamos lingüísticos cumple la función de caracterizar a un grupo de hablantes en particular.

Otheguy & Stern (2010, p. 88), en su estudio del spanglish, mencionan que:

las variedades populares de las lenguas se caracterizan en todas las partes del mundo por la presencia de una abundante cantidad de elementos léxicos y construcciones sintácticas que cuentan con una distribución geográfica distribuida. En el español popular de cualquier lugar, se pueden encontrar características que siguen la práctica común de lo que llamamos “español general”, las cuales son compartidas con otras partes del mundo hispanohablante. Además de esto, también se pueden encontrar algunos elementos léxicos y gramaticales que pertenezcan específicamente a un lugar.

López-Morales (2006) menciona los conceptos de término local y término neutralizador. En las situaciones de contacto, los hablantes suelen emplear ambos términos, es decir el del su lengua nativa y el de la lengua extranjera, en muchas ocasiones con significados diferentes. Otheguy et al. (1989), encontraron que para algunos inmigrantes, hablantes de español, un *bildin* es una construcción moderna e intimidante como aquellas que se encuentran en las ciudades de Estados Unidos, mientras que un *edificio* es una construcción mucho más modesta como las que se pueden encontrar en su país natal, es así que se originan los conocidos dobles léxicos.

Dos términos que originalmente significaban lo mismo acuñan diferentes conceptos pues los hablantes de una comunidad, en el caso anterior los hablantes de spanglish, les atribuyen distintos conceptos mentales. Se puede comparar esto con lo que sucede en la comunidad de práctica virtual conformada por los jóvenes hablantes de español y usuarios de Facebook. Debido al intenso contacto con el inglés se han acuñado términos de la otra lengua y se les ha atribuido otro significado. En otras ocasiones el préstamo léxico es empleado para suavizar el significado del español. De forma breve mencionaré el caso de los términos *acosador* y *stalker*. Ambos sustantivos originalmente significaban lo mismo pues se referían a una persona que persigue, sin darle tregua ni reposo a otra persona (RAE, 2015).

Hoy en día, como consecuencia del uso de Facebook y el contacto con el inglés, gran parte de los jóvenes considera que el préstamo del inglés tiende a suavizar el concepto del español, así el término *stalker* únicamente se refiere a una persona que constantemente revisa la información que otra ha publicado en los perfiles de sus redes sociales. Mientras el término en español *acosador* tiene mayor fuerza y se lo atribuye a una persona que persigue y observa constantemente a alguien más hasta el punto de llegar a hacerle daño.

CAPÍTULO II

PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo detalla los procedimientos metodológicos que fueron empleados con el propósito de obtener los datos que serán analizados e interpretados más adelante.

Tipo de diseño

Este estudio es de carácter analítico-descriptivo, pues se ha tomado como punto de partida diversas teorías de la lengua, tanto de la sociolingüística como de la lingüística de contacto que ayudarán a determinar la influencia del inglés dentro de las redes sociales tanto en un público bilingüe como monolingüe. Asimismo, este es un estudio sincrónico pues se investigó y analizó el efecto producido actualmente por el contacto de lenguas dentro de las redes sociales.

Población de estudio

Esta investigación se llevó a cabo en la ciudad de Quito y se centró en la población estudiantil de dos universidades privadas de Quito⁵. La población de estudiantes que asiste a estas universidades presenta un nivel socio-económico similar: medio alto, lo cual contribuye de manera significativa para este estudio, pues facilita la obtención de una población relativamente homogénea. Además, es de conocimiento general que para acceder a las redes sociales con mayor frecuencia se requiere de herramientas esenciales como internet, computadoras e incluso los tan conocidos teléfonos inteligentes. Es precisamente por este motivo que se trabajó con participantes que pertenecen a la clase social medio alta, ya que cuentan con mayor acceso a las diferentes herramientas que permiten el uso de las redes sociales como Facebook.

Particularmente se contó con la participación de los estudiantes del nivel principiante y del nivel superior de inglés de ambas universidades. Al ser cuatro grupos de participantes estos estuvieron conformados por 25 participantes cada uno de ellos, es decir que se contó con 50 estudiantes del nivel principiante y 50 del nivel superior; fue así como

⁵ Por motivos éticos y por solicitud de las autoridades de la institución se reserva el nombre de las instituciones participantes.

se llegó a sumar una población de 100 encuestados. De este modo fue posible obtener una muestra conformada por participantes tanto monolingües como bilingües y por tanto fue factible comparar la incorporación de términos procedentes del inglés dentro del léxico de los participantes. Cabe aclarar que este estudio no determina el nivel de conocimiento de inglés que tiene cada estudiante sino que se basó en la ubicación previamente asignada por la universidad respectiva y que generalmente se basa en exámenes de ubicación⁶.

Técnicas o instrumentos de investigación

En cuanto a lo que corresponde a las técnicas e instrumentos de investigación, luego de una revisión de material bibliográfico se procedió con los siguientes pasos que serán respectivamente detallados a continuación.

1.1. Recopilación del corpus

El primer paso esencial para este estudio requirió la recopilación del corpus que incluyó los préstamos lingüísticos que han sido incorporados al habla de los jóvenes quiteños como producto del contacto con el inglés utilizado en Facebook. Para realizar esta recopilación de datos partí de mi perfil de Facebook y empleando el muestreo aleatorio seleccioné a uno de los usuarios que radica en Quito y que forma parte de mis redes sociales más cercanas y así pude emplear el conocido muestreo de bola de nieve (*snowball sampling*).

Este tipo de muestra permite que a partir de un individuo sea posible localizar a otros informantes hasta alcanzar el número esperado para la muestra. Dentro de este estudio el muestreo de bola de nieve fue empleado para acceder a los perfiles de otros usuarios y ciudadanos quiteños cuyos perfiles eran públicos y que, por lo tanto el acceso a la información que ha sido publicada por ellos no se encontraba restringida.

Los perfiles seleccionados aleatoriamente fueron 50 de los cuales 10 fueron descartados pues los usuarios no empleaban términos en inglés dentro de sus publicaciones y la información publicada en su cuenta no era de acceso público. De esta forma fueron

⁶ De acuerdo con los coordinadores del área de inglés de ambas universidades, uno de los requisitos que imparte la universidad es que los estudiantes rindan un examen de ubicación para tomar esta materia. Por lo tanto, los resultados que obtienen los estudiantes son lo que determinan el nivel de conocimiento que ellos tienen con respecto a la lengua extranjera.

revisados únicamente 40 perfiles en los cuales la información presentada por los usuarios podía ser observada sin restricción. Las publicaciones que se consideraron para la revisión eran aquellas que habían sido escritas por el usuario, es decir que no se tomó en cuenta imágenes, frases célebres, poemas, letras de canciones u otro tipo de contenido que no demostrara la autoría del usuario.

Se estableció que la información revisada en estos perfiles sería únicamente aquella publicada a través de los estados de Facebook, es decir a través de un recuadro que brinda la opción a los usuarios de publicar cualquier información que ellos deseen. En la siguiente imagen se puede observar la forma de este recuadro.

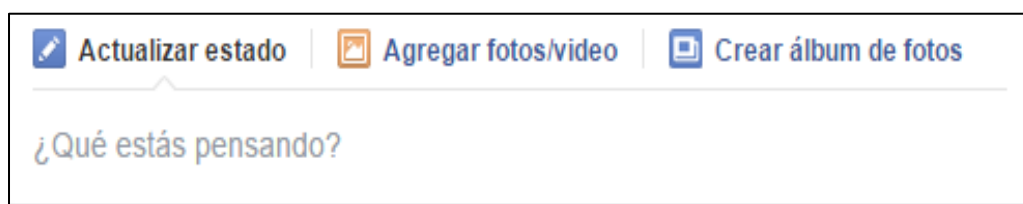


Imagen 1. Estado de Facebook

Por otra parte, también fue necesario observar la información que se presenta dentro del recuadro de información personal que se encuentra dentro de los perfiles de Facebook. Se recurrió a la información presentada en este recuadro para considerar el lugar de nacimiento y la formación académica de los usuarios, dueños de los perfiles seleccionados. Fue necesario revisar esta información pues los participantes debían ser quiteños y contar con formación académica superior.

Como parte del proceso de recolección de datos se realizaron capturas de pantallas para poder capturar algunas de las publicaciones hechas por los usuarios. A manera de ilustración se presenta el siguiente ejemplo tomado de Facebook⁷

⁷ Tomado de mi Facebook personal el 12 de febrero de 2015.

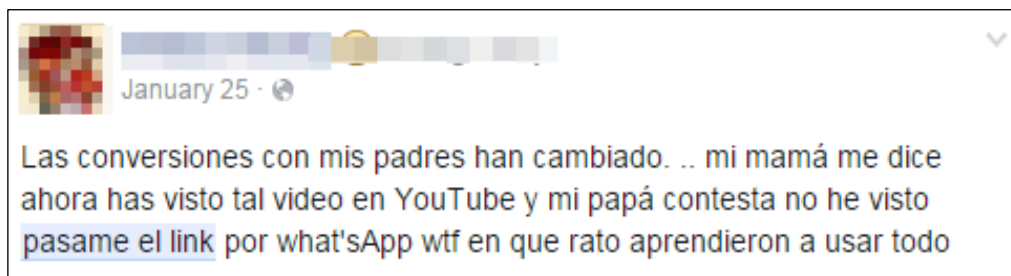


Imagen 2. Estado de Facebook de un usuario

Asimismo se determinó que el número de estados que sería revisado por cada uno de los 40 perfiles sería 25. Los estados revisados habrían sido emitidos desde el mes de diciembre de 2014 hasta el mes de marzo de 2015. Durante el transcurso de la revisión de la información se procedió a la recopilación de los anglicismos que habían sido empleados por los usuarios en sus publicaciones y se elaboró un listado de los términos juntos con su frecuencia de aparición. Cabe mencionar que no fueron incluidos aquellos anglicismos que únicamente aparecieron una o dos veces en el total de los perfiles revisados.

Finalmente se recogieron 41 anglicismos y que formaron parte del corpus obtenido, el cual fue revisado, ordenado y digitalizado en una hoja de Excel para facilitar la visualización y el diseño de las encuestas que se elaboraron a partir de este. Se decidió que los términos que formarían parte de la encuesta serían aquellos que alcanzaran al menos 17 apariciones dentro de los 40 perfiles seleccionados.

Se decidió que cada anglicismo debía aparecer al menos 17 veces dentro del perfil del usuario seleccionado, pues el primer anglicismo que se encontró apareció precisamente esta cantidad de veces. Cada anglicismo fue contabilizado una sola vez por perfil, es decir que si un anglicismo aparecía dos veces en un mismo perfil su segunda aparición no era contabilizada. Fue así que tan solo 23 anglicismos fueron incluidos como parte de la encuesta.

1.2. Aplicación de encuestas

La encuesta (ver Anexo 1) constó de 17 preguntas entre las cuales los participantes debían responder diferentes tipos de preguntas, algunas de ellas les solicitaban sus opiniones con respecto a los beneficios de las redes sociales y el uso de los anglicismos que provienen de Facebook. Así también se les presentaron imágenes que debían ser

relacionadas con términos que se utilizan dentro de Facebook, particularmente en estas preguntas los participantes tenían la libertad de escribir cualquier término que ellos prefirieran, pues ninguna pista además de las imágenes se les fue provista.

Preguntas como la número 8, incluían también una imagen que les facilitara a los participantes la relación del anglicismo con la imagen, así también se incluyó un casillero en el cual los participantes contaban con el término en español seguido del anglicismo y de la opción que les permitía escribir cualquier otro término que ellos desearan. Se decidió hacer esto con el propósito de activar los conceptos mentales en el cerebro de los participantes y que a pesar de que se les mostrara el anglicismo ellos decidieran el término que tenía más relación con la imagen presentada.

Luego se les presentó una tabla que contenía 16 de los anglicismos seleccionados para la encuesta, estos fueron presentados a través de una tabla debido a que difícilmente se podían incluir imágenes que representaran a todos estos anglicismos. Por medio de la tabla se les solicitó a los participantes seleccionar aquellos términos que utilizan y que proporcionaran un ejemplo que incluyera estos términos como parte del enunciado. El propósito de esta pregunta era permitir a los participantes concientizar acerca de los anglicismos utilizados por ellos y que sean capaces de presentarlos a través de ejemplos.

Otras de las preguntas que incluían tablas fueron la 13 y 14 pues estas fueron incluidas para realizar el estudio de los dobletes léxicos. Por medio de estas preguntas se esperaba que los participantes emitieran sus opiniones e ideas acerca de la posible diferencia que existe entre el anglicismo presentado y su equivalente en español. Asimismo, otro de los propósitos era el de poder observar estas opiniones representadas a través de ejemplos que facilitaran el entendimiento de esta posible diferencia entre los términos.

Finalmente, una vez diseñada la encuesta se procedió a la aplicación de la misma. La aplicación de las encuestas se llevó a cabo en 3 días. En los primeros dos días se realizaron las encuestas en la universidad A. Los participantes pertenecían a 6 cursos, 3 de estos eran del nivel principiante y los 3 restantes del nivel superior. El número de estudiantes variaba de curso en curso pues no todos los estudiantes habían asistido a clases. No obstante se logró encuestar al número necesario de estudiantes. Afortunadamente se contó con la autorización del coordinador del área de inglés para proceder a la aplicación de las encuestas durante las clases de inglés.

En la tercera sesión se realizaron las encuestas en la universidad B, en esta institución no se me fue permitido la entrada a las clases de inglés por lo tanto se debió realizar las encuestas en la biblioteca de la institución. Esto fue uno de los puntos desfavorables para el estudio puesto que los estudiantes que se encontraban en la biblioteca debían realizar otras actividades y el tiempo que debían invertir en responder la encuesta los retrasaba. Es por esto que no se puede establecer que los participantes de ambas instituciones se encontraban en las mismas condiciones, pues al desarrollar la encuesta durante unos minutos de la hora de clase no los retrasaba de otras actividades a los estudiantes de la universidad A.

Cabe recalcar que se descartaron 5 encuestas de los participantes de la universidad A, pues uno de ellos no entraba en el rango de edad seleccionado y el otro no había llenado el campo de ciudad de nacimiento. Las 3 encuestas restantes fueron descartadas pues ya se había completado el número de encuestados necesarios de esta institución. De las encuestas de los estudiantes de la universidad B no fue descartada ninguna, pues se encuestó específicamente al número de participantes necesarios y todos los campos de información personal estaban llenados adecuadamente.

1.3. Variables

Debido a que este estudio se encuentra enmarcado en la sociolingüística, las variables dependientes que se consideraron fueron el conocimiento de la lengua (monolingüismo o bilingüismo) y la edad, debido a que únicamente se incluyó a los estudiantes universitarios cuyas edades abarcaban desde los 18 hasta los 25 años de edad.

1.4. Procesamiento de datos

Al haber finalizado con la recopilación de la información pertinente para este estudio, se realizó el procesamiento de los datos obtenidos.

Para empezar, todos los datos obtenidos en las encuestas fueron ordenados y transcritos con el fin de ser contabilizados y correlacionados para su posterior análisis e interpretación en base al nivel de conocimiento de la lengua extranjera. Es decir que a

través de los resultados obtenidos se determinó si los participantes monolingües emplean los anglicismos tanto como los bilingües.

Se procedió también a la elaboración de gráficos y tablas para representar los datos cuantitativos de forma mucho más visual y clara. En cuanto, a los datos cualitativos, estos fueron analizados e interpretados y en las ocasiones que fueron necesarias se presentaron citas textuales de la información o incluso opiniones impartidas por los participantes.

Por otra parte, se presentaron los equivalentes en español de los anglicismos seleccionados para el análisis de los conceptos mentales y de los dobletes léxicos que forman parte del enfoque de este estudio.

Finalmente, todos los datos obtenidos facilitaron el análisis de los términos considerados como anglicismos y ayudaron a ampliar la visión con respecto al área del contacto lingüístico en un medio social que se lleva a cabo de forma virtual.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS, DESCRIPCIÓN E INTERPRETACIÓN DE DATOS

En esta sección se introducen dos partes; la primera en la que se presentan y analizan los datos relacionados con el muestreo de bola de nieve que se llevó a cabo a través de Facebook y la segunda, introduce los datos recogidos por medio de las encuestas respondidas por los estudiantes de las dos instituciones seleccionadas.

Uno de los principales resultados de este contacto lingüístico son los anglicismos y su frecuente uso en Facebook. A partir de la siguiente tabla (4A) se puede observar que el número de anglicismos recogidos fue de 41, entre los cuales únicamente 23 fueron escogidos para formar parte de las encuestas. Estos anglicismos fueron seleccionados en base al número de frecuencia de aparición. A simple vista, se puede observar cómo cada uno de estos anglicismos son términos totalmente traducibles al español. De acuerdo con la RAE⁸ este tipo de términos extranjeros son conocidos como extranjerismos superfluos o innecesarios, pues cuentan con los respectivos equivalentes en español. No obstante, la preferencia de uso se inclina hacia la palabra tomada del inglés

Tabla 3A Frecuencia de aparición de anglicismos⁹

Tokens	Instancias de aparición
like	28
hashtag	25
tag	10
taggear	3
post	27
postear	15
look	22
online	19
blog	29
fuck	16
dude	3
chat	20

⁸ <http://www.rae.es/diccionario-panhispanico-de-dudas/que-contiene/tratamiento-de-los-extranjerismos>

⁹ Elaboración propia a partir de datos recogidos en los perfiles de Facebook para esta investigación.

spoiler	2
spam	5
makeup	10
fashion	22
hater	20
fake	34
viral	9
freak	17
gamer	21
inbox	29
stalker	26
selfie	38
link	18
love	12
nice	19
friend	13
cool	21
fotoshoot	13
photoshoot	23
friendzone	17
rave	11
vintage	16
backstage	19
outfit	22
troll	16
troleear	19
full	10
hackear	14
hipster	17 ¹⁰

El siguiente gráfico 3.1. muestra los porcentajes de los anglicismos recogidos por medio del muestreo. Como se puede notar, el 71% cumple la función de sustantivos, el 17% de adjetivos y el 12% de verbos. Tomemos en cuenta que no todos estos términos extranjeros se han generado en Facebook pero por la frecuencia de uso en esta red es que estos anglicismos se han generalizado y expandido entre los jóvenes quiteños, usuarios de Facebook.

¹⁰ A menos de que se demuestre lo contrario, todos los gráficos y tablas presentados en este trabajo son de autoría propia.

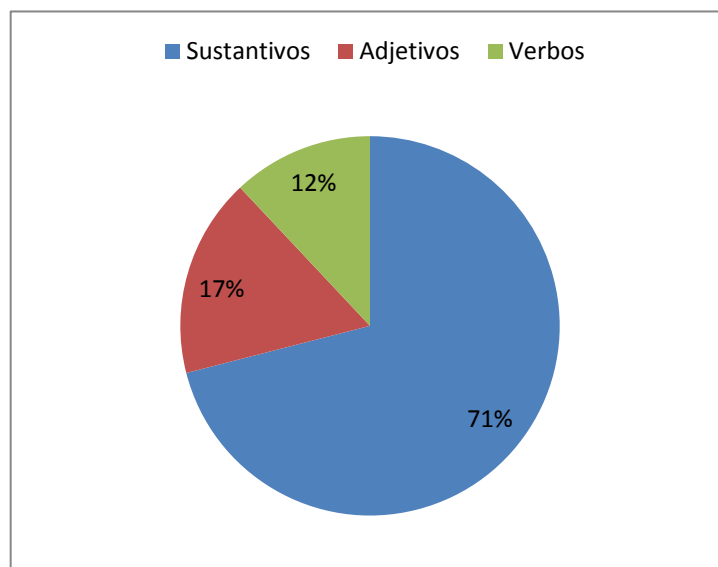


Gráfico 3.1. Porcentajes de los anglicismos recogidos por categoría

Del total de los anglicismos recogidos a partir de Facebook se tomaron en consideración cuatro sustantivos para ser incluidos dentro del estudio de los dobletes léxicos, estos son *selfie*, *stalker*, *hater* y *gamer*. Como fue mencionado en el capítulo 2, los dobletes léxicos son uno de los efectos que se producen como resultado de las lenguas en contacto. Los hablantes deciden atribuirle dos conceptos mentales diferentes a dos términos de diferentes lenguas, términos que en principio presentan el mismo significado, sin embargo para los hablantes llegan a significar algo más (Otheguy, 2011).

Asimismo, dentro de esta recopilación de anglicismos se ha logrado capturar cuatro de ellos cuya adaptación al español ha alcanzado al nivel morfológico. Específicamente se les ha atribuido aquellas terminaciones que presentan los verbos del español. Siguiendo la clasificación de Pratt (1980) los anglicismos presentados en esta tabla serían denominados como anglicismos patentes, pues algunos han mantenido su forma de origen y otros han sido adaptados a la morfología del español.

Los siguientes anglicismos entrarían en la categoría de anglicismos patentes: *taggear* que se deriva del verbo del inglés *to tag*, *postear* de *to post*, *hackear* de *to hack* y *troleear* del sustantivo *troll*. Estos anglicismos presentan una combinación entre la estructura de la lengua de origen y de la lengua meta, sin embargo mantienen parcialmente la pronunciación del inglés. Por ejemplo, el verbo *trollear*, mantiene la raíz del sustantivo del cual se deriva y presenta la pronunciación parcial de la lengua de origen pues en español el

sonido de la consonante *ll* es [λ] y a pesar de esto la pronunciación que se le ha asignado a este verbo es [trolear]. En el caso del anglicismo *taggear* se encuentra una característica en particular pues para que la ortografía realmente represente la forma en la que los hablantes pronuncian esta palabra sería necesaria la presencia de la vocal *u* entre la consonante *g* y la vocal *e* ya que esta sería la formación morfológica más cercana a la estructura del español. Al parecer los hablantes podrían estar omitiendo esta característica del español para mantener mucho más la forma original del término del inglés.

Los verbos del español cuentan con las terminaciones **ar-er-ir**, por ende el proceso de adaptación de un verbo del inglés a la morfología de los verbos en español conlleva a los hablantes a añadir el morfema más apropiado para la semi-españolización del verbo. En el caso de los cuatro verbos presentados anteriormente se ha añadido el sufijo español *-ear*, pues tal como menciona Bomant (1995), este es un sufijo que se adjunta a una base adjetival, sustantival e inclusive a bases verbales para lograr una acción verbal.

Tabla 3B Verbalización con el sufijo *-e*

Verbos en inglés	Verbos en español
to tag	tagg -e-ar
to post	post -e-ar
to troll	troll -e-ar
to hack	hack -e-ar

Por otra parte, Hualde et al. (2010) también menciona que la formación de verbos, siempre a partir de la primera conjunción es decir *-ar*), se genera en base a sustantivos y adjetivos lo cual involucra el uso del sufijo derivativo *-e-*. Esto sucede especialmente con préstamos de otras lenguas. De esta forma nos encontramos con los verbos *postear*, *taggear*, *trollear* y *hackear* que como podemos observar presentan una adaptación parcial que pretende simular la morfología al seguir la regla de verbalización que se sigue en el español.

Es necesario mencionar que los anglicismos verbalizados al español, tales como *taggear*, *postear* y *troleear*, logran camuflarse de tal manera en la lengua receptora que su

presencia llega a ser casi desapercibida por los hablantes. Muchas veces los hablantes pueden no saber lo que es un anglicismo, ni cómo se forma y tampoco cómo llegó a su lengua, no obstante esto no les impide el emplearlos dentro de sus conversaciones diarias.

En cuanto a los anglicismos que se encuentran dentro de la categoría de adjetivos y sustantivos y que fueron incluidos en las encuestas, estos no han sufrido cambios morfológicos ya que estos son tomados directamente del inglés e insertados dentro de los enunciados emitidos por los hablantes sin alterar ni su función original, ni su forma, ni su significado esencial. Sin embargo y como veremos más adelante, hay preferencias de uso que corresponden a distintos conceptos mentales.

Tabla 3C Anglicismos como sustantivos y adjetivos

Sustantivos	Sustantivos	Adjetivos
like	friend zone	online
hashtag	backstage	fake
photoshoot	outfit	nice
post	troll	cool
gamer	hipster	fashion
blog	link	
inbox	hater	
chat	freak	
stalker		
selfie		

Como fue mencionado anteriormente en este capítulo, la encuesta presentada a los participantes constaba de 17 preguntas, dentro de las cuales los participantes debían presentar su opinión, seleccionar entre las opciones presentadas y dar ejemplos en donde era necesario.

El siguiente gráfico (4.2.) presenta los resultados obtenidos a partir de los anglicismos incluidos en la encuesta con el propósito de que los participantes seleccionaran dentro del listado aquellos términos que utilizan. Como se puede apreciar en el gráfico, el término el término *selfie* presenta una gran aceptación por parte de este grupo de participantes, pues alcanza el 80%, a este le secunda el anglicismo *fashion* con el 60% seguido por *cool* con el 52%.

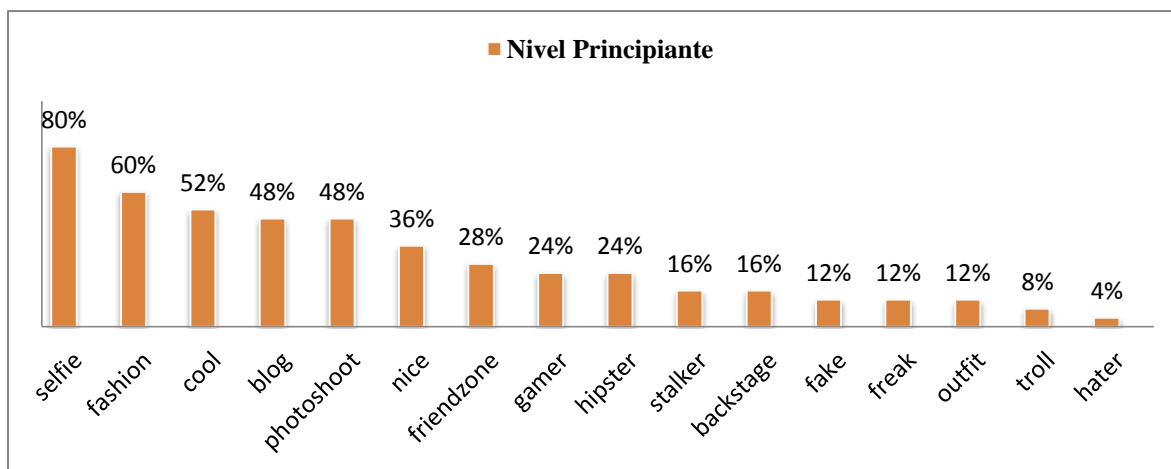


Gráfico 3.2. Anglicismos seleccionados por los estudiantes del nivel principiante de inglés de la universidad A que afirmaron utilizarlos.

En cuanto a los anglicismos de menor aceptación nos encontramos con el término *hater*, el cual únicamente alcanza el 4%, es decir que tan solo uno de los 25 participantes de este grupo afirmó utilizarlo. El anglicismo *troll* es otro de los que presentan poca aceptación, así lo demuestra el porcentaje de 8% que representa a dos personas.

Es así que a través de este gráfico podemos observar que los anglicismos más utilizados por los participantes del nivel principiante son mucho menos que aquellos poco populares. Sin embargo, se puede establecer que aquellos anglicismos que presentan mayores porcentajes de uso son los que han ganado popularidad a través de los años debido a diversos factores como el uso de las redes sociales como Facebook.

Con el propósito de observar los anglicismos más populares en su contexto real, a continuación se presentan tres de los ejemplos proporcionados por los participantes del nivel principiante:

“Vamos a tomarnos un **selfie**.” (AP.6.)

“¡Qué **fashion** que te ves!” (AP. 10.)

“¡Qué **cool** que eres! (AP. 15.)

En contraste con estos resultados, a continuación se presenta el gráfico 4.3. en donde se pueden apreciar los anglicismos de mayor y de menor preferencia por parte de los estudiantes del nivel superior de la universidad A. Similar a los participantes del anterior grupo se puede observar que los anglicismos más utilizados y que superan el 50% de uso constituyen un grupo minoritario frente a los anglicismos que son menos utilizados.

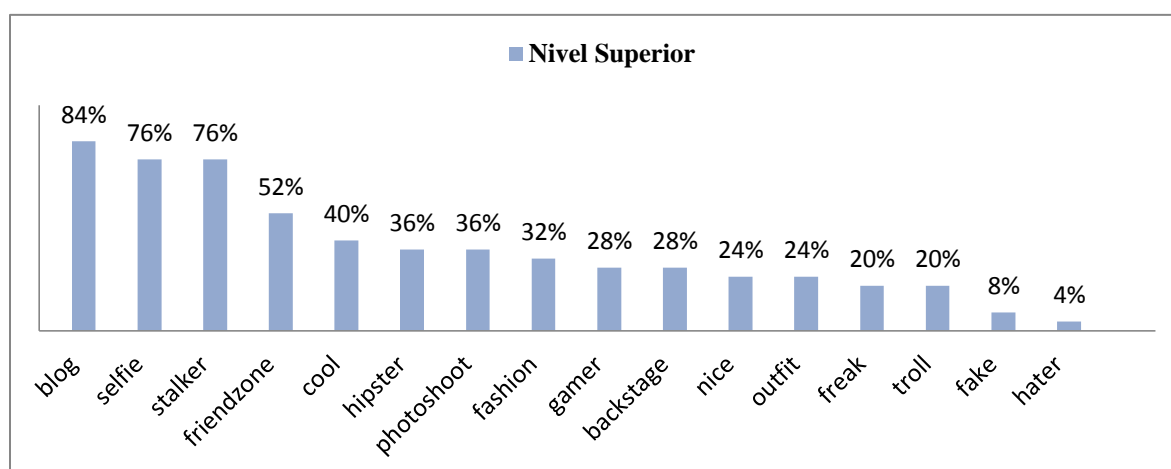


Gráfico 3.3. Anglicismos seleccionados por los estudiantes del nivel superior de inglés de la universidad A que afirmaron utilizarlos.

Estos resultados demuestran que existe una amplia tendencia al uso del anglicismo *blog*, así lo demuestra el 84% que le atribuyen los resultados a este término. Siguiendo la línea de la popularidad, los anglicismos *selfie* y *stalker* se sitúan en segundo lugar con el mismo porcentaje de 76%. El término *friendzone* logra entrar entre los más populares con el 52%. Entre los anglicismos con menor popularidad se encuentra de nuevo *hater* con un 4% y *fake* con un 8%.

Ambos gráficos (4.2. y 4.3.) presentan los anglicismos de mayor y menor popularidad de acuerdo con las preferencias de los participantes del nivel principiante y del nivel superior de los estudiantes de la universidad A. Estos resultados permiten observar

que existe una diferencia de uso de los anglicismos entre los participantes de los diferentes niveles. Es así como se puede determinar que no todos los anglicismos que tienen popularidad entre los participantes del nivel principiante necesariamente también serán populares entre los del nivel superior. Sin embargo, sí se encontró que el anglicismo *selfie* es uno de los anglicismos más populares en ambos grupos.

Con el propósito de observar el uso de los anglicismos más populares, a continuación se presentan cuatro de los ejemplos proporcionados por los participantes del nivel superior:

“Revisé un **blog** sobre cultivos.” (AS.34.)

“Me tomé un **selfie**.” (AS.38.)

“Ese es un **stalker** mal plan.” (AS.43.)

“Ericka le dejó en la **friendzone** a Antonio.” (AS.27.)

Los resultados presentados en ambos gráficos demuestran que a pesar de que los estudiantes del nivel principiante entran en la categoría de monolingües, obtuvieron un mayor porcentaje de uso en cuanto al término *selfie* a diferencia de los estudiantes del nivel superior. Sucede todo lo contrario con el término *stalker*, los estudiantes del nivel superior presentaron mayor uso de este anglicismo. Con respecto al uso del término *hater* ambos grupos presentaron el menor porcentaje de uso, el cual fue de 4%.

Al parecer, ambos grupos compensan el limitado uso de unos términos con el amplio uso de otros, tal es el caso también del término *blog* utilizado en un 84% por el grupo del nivel superior y en un 48% por los principiantes. Lo mismo sucede con el anglicismo *fashion*, el 60% de los participantes del nivel principiante lo utiliza mientras tan solo el 32% de los del nivel superior lo seleccionó. Esto conlleva a considerar que a pesar de que el contacto tan cercano con los anglicismos ya no sería exclusivo de los bilingües sino también de los monolingües, los anglicismos más utilizados por este último grupo serían aquellos cuya popularidad se expande más allá de las redes virtuales.

Además de estos resultados previamente presentados, también es necesario incluir aquellos obtenidos con los participantes de la universidad B. El gráfico 4.4. presenta los resultados de los participantes del nivel principiante. Tal y como el gráfico lo demuestra, de nuevo se posiciona como más popular el término *selfie* con un porcentaje del 68% y lo secunda el término *blog* con el 64%.

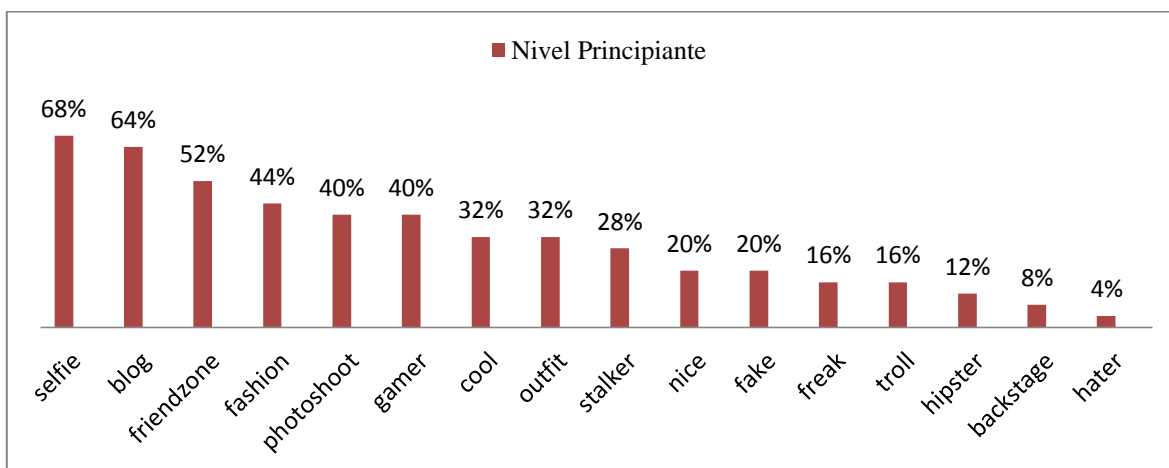


Gráfico 3.4. Anglicismos utilizados por los estudiantes del nivel principiante de la universidad B.

Otro de los anglicismos de mayor popularidad dentro de este grupo es *friendzone* con el 52% de uso. Mientras que dentro de los menores populares se encuentra de nuevo *hater* con tan solo el 4% de aceptación y junto con este se encuentra *backstage* con un 8%. Al observar estos resultados se encuentra que en ambos grupos del nivel principiante, *selfie* llega a ser el más popular. En cuanto a *hater*, este se posiciona como el menos popular en ambos grupos.

Con el propósito de observar los anglicismos más populares en su contexto real, a continuación se presentan tres de los ejemplos elaborados por los participantes del nivel primario:

“Me voy a tomar un **selfie**”. (BP.62.)

“Entré en un **blog**”. (BP.66)

“Te dejó en la **friendzone**”. (BP.73)

En relación con el nivel superior (Gráfico 4.5.), una vez más el anglicismo *selfie* obtiene el mayor porcentaje (80%) frente al resto de los anglicismos.

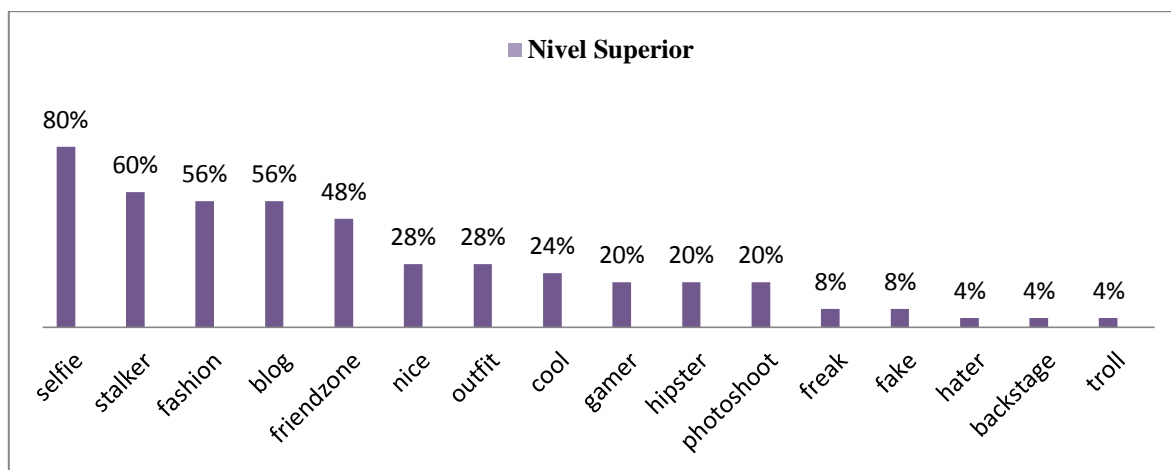


Gráfico 3.5. Anglicismos utilizados por los estudiantes del nivel principiante de la universidad B.

Otros de los anglicismos también populares son *stalker* con un 60%, *blog* y *fashion* con el 56%. Con respecto a los anglicismos menos populares se encuentra *hater*, *backstage* y *troll* con un 4% de uso, dentro de esta categoría también está el término *freak* y *fake* que únicamente alcanza el 8%.

Con el propósito de observar los anglicismos más populares dentro de oraciones formuladas por los encuestados, a continuación se presentan tres de los ejemplos proporcionados por los participantes del nivel primario:

“Ayer me tomé un **selfie**”. (BS.88.)

“Estás **stalkeandole**”. (BS.82.)

“En el **blog** está el comentario del proyecto”. (BS.98.)

“Es hecha la **fashion**”. (BS.80.)

Al observar los resultados presentados en el gráfico 3.4. y del gráfico 3.5. se encuentra que tanto los participantes del nivel principiante como los del nivel superior muestran una notoria preferencia por el anglicismo *selfie*, pues este es el más popular en ambos grupos. Se encuentran también que algunos anglicismos son más utilizados por un

grupo que por el otro. Sin embargo, el número de anglicismos que superan el 50% de uso en ambos grupos es uno; es así que los anglicismos con mayor popularidad entre los participantes del nivel principiante son 3 (*selfie*, *blog* y *friendzone*) pues estos obtienen más del 50% de uso, mientras que en los del nivel superior se observan 4 (*selfie*, *stalker*, *blog* y *fashion*).

A continuación el gráfico 3.6. presenta el compendio de los resultados obtenidos de todos los participantes encuestados, es decir que este gráfico demuestra la alta y baja aceptación de los anglicismos presentados a los participantes. Son precisamente estos resultados expuestos en este gráfico los que permiten determinar la extensa popularidad del anglicismo *selfie*, el cual alcanza el 76% de uso entre los bilingües y monolingües. Así también, los resultados demuestran una vez más que el anglicismo *hater* no es muy utilizado por parte de los dos grupos.

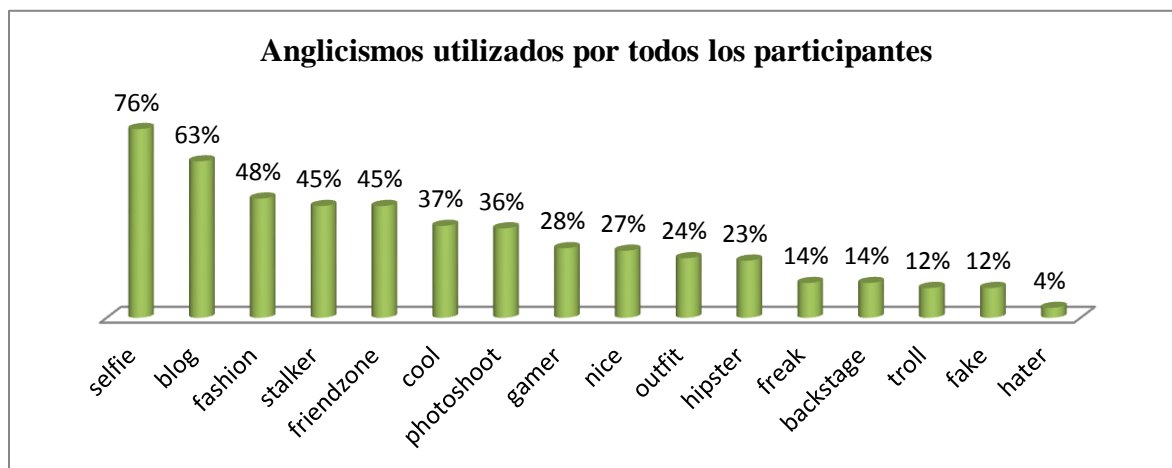


Gráfico 3.6. Resultados de la recopilación y unión de los anglicismos seleccionados por todos los participantes encuestados que afirmaron utilizarlos.

En cuanto a los anglicismos más populares se observa que *blog* es aquel que se posiciona en segundo lugar pues su uso es bastante frecuente dentro de Facebook. Algunos de los usuarios de Facebook utilizan este medio para proporcionarle publicidad a sus *blogs* pues se considera que hoy en día Facebook funciona como un rápido y eficiente medio de difusión de la información. *Blog* es un anglicismo que ha sido adoptado por los hablantes

de español para referirse a un diario que funciona de forma virtual, pues es mucho más corto y rápido referirse a un *blog* que a un diario virtual o en línea.

Por otro lado, los términos *fashion*, *friendzone* y *stalker* no llegan al 50% sin embargo son los que se ubican como los más utilizados, ya que estos anglicismos se posicionaron como populares entre los participantes de las dos universidades superando en algunas ocasiones el 50% de preferencia (ver por ejemplo el gráfico 3.3.). El término *fashion* es uno de los anglicismos más populares pues su uso se extiende más allá de las redes sociales. Al caminar por las calles de Quito no resulta extraño encontrarse con algún rótulo que diga ¡Fashion! y que sea utilizado como parte del logotipo de alguna tienda de ropa.

Dentro de Facebook, el anglicismo *fashion* llega a ser utilizado por los hablantes dentro de sus enunciados como si fuera un término más del español. Los hablantes cuentan con el equivalente en español es decir “moda”, no obstante el anglicismo también es usado y con amplia frecuencia. En cuanto al término *friendzone*, utilizado especialmente en Facebook, su uso hace referencia a un lugar en el cual se encuentra una persona que es rechazada por quien le interesa sentimentalmente. De acuerdo con Thomas (2013) este término tuvo origen debido a la serie estadounidense “Friends” sin embargo su uso se extiende a Facebook como parte de imágenes graciosas que muestran situaciones en las que usualmente un hombre es considerado únicamente como el mejor amigo de la mujer por la cual se siente atraído.

El anglicismo *stalker* es usado en Facebook, pues esta red social permite a sus usuarios el tener acceso a la información publicada por otras personas, incluso en algunos casos no es ni siquiera necesario el ser amigo de una persona dentro de esta red social para poder acceder a su información. De acuerdo con el sitio de internet Urban Dictionary, también se conoce a esta actividad como *Facebook Stalking*¹¹ y se la define como un método de investigación en el cual se utiliza Facebook como herramienta principal y que es utilizado para descubrir gran cantidad de información de alguien a quien no se conoce.

¹¹ <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=facebook+stalking>

Retomando el caso del anglicismo que alcanzó el 76% de preferencia entre los 100 participantes, es necesario mencionar que el reconocimiento de este término ha sido tan popular que en el año 2013 fue denominada con la palabra internacional del año por los diccionarios Oxford y es así cómo este término ya forma parte de las palabras registradas en los diccionarios Oxford. De acuerdo con Judy Pearsall (2013)¹², las distintas redes sociales son las que han facilitado la popularización de esta palabra pues primero apareció con la etiqueta de “selfie” en el sitio de internet Flickr en el 2004.

Sin embargo, la expansión del término se dio alrededor del año 2012 en donde *selfie* fue utilizado comúnmente en los principales medios de comunicación. Por ende, no resulta extraño el observar cómo los resultados obtenidos muestran un favoritismo hacia este anglicismo que incluso se ha llevado un reconocimiento que hace énfasis a su amplio uso por parte de los hablantes no únicamente del inglés sino también del español. Es tan amplio el uso de este anglicismo que ya no se restringe únicamente al grupo de los jóvenes sino también a otros grupos generacionales como el de los adultos. Tampoco se limita a una sola clase social como la clase alta o media-alta sino también a la más baja.

Así también es importante retomar el anglicismo con menor popularidad dentro de este grupo, es decir *hater* con tan solo el 4% de aceptación. A pesar de la poca popularidad de este término se encontró que al preguntarle a los participantes cómo y cuándo usaban los anglicismos presentados, dentro de los cuales constaba *hater*, 20 de los 100 participantes afirmaron que sí lo usaban. Un participante afirmó utilizar el término *hater* cuando busca referirse a alguien que odia a todos o todo de la vida, y para hacer alusión a alguien a quien todo le parece que está mal.

Estas respuestas a una pregunta que busca determinar la forma de uso de los anglicismos por los participantes, demuestran que a pesar de que los participantes parecen estar conscientes de los anglicismos que usan y de los que no, sí se encuentran familiarizados con sus formas de uso y los significados atribuidos por los hablantes. A simple vista se puede observar cómo los hablantes se han apoderado de estos anglicismos y por lo tanto son capaces de incluirlos dentro de enunciados formulados totalmente en

¹² <http://blog.oxforddictionaries.com/press-releases/oxford-dictionaries-word-of-the-year-2013/>

español. Por ejemplo, encontramos oraciones como, “mira ahí vienen tus *haters*”. (AS.34) y “me estuvo *stalkeando*”. (BP.72).

Los hablantes pueden llegar a mantener el uso de algunos de los términos en español junto con los respectivos anglicismos que los representan debido a las funciones específicas que se les atribuyen a estos términos (Rodríguez, 29). Es notorio que existe una tendencia que lleva a los hablantes recurrir a los anglicismos para agregarle otra intensión al significado del mensaje; característica de los anglicismos será analizada con mayor profundidad más adelante en el estudio. Por otra parte, los resultados obtenidos hasta el momento son los datos más significantes que demuestran que los anglicismos son tan utilizados por bilingües como por los monolingües.

Por lo tanto, no es necesario ser bilingüe o tener cierto grado de bilingüismo para acoger estos términos extranjeros que finalmente llegan a funcionar como préstamos lingüísticos que llegan a enriquecer la lengua. Pues, esta es la forma en la que el contacto lingüístico funciona sin producir siempre bilingües sino vulnerando la lengua a distintos niveles de hablantes. Finalmente recordemos que quienes generan los cambios en una lengua son los jóvenes, pues así como lo menciona Rodríguez (1993) los jóvenes se encuentran dispuestos a aceptar nuevas modas y todo lo que se relacione con la modernidad. Por lo tanto los jóvenes son los responsables del crecimiento del uso de los anglicismos en el lenguaje coloquial.

El análisis de estos anglicismos presentados hasta este punto del estudio ha sido de gran importancia para el análisis y descripción de estos fenómenos lingüísticos. Es importante recordar que estos anglicismos ya presentados son aquellos que fueron incluidos dentro de la encuesta (en la pregunta 12). A continuación se presentan el resto de anglicismos que formaron parte de la encuesta (preguntas 7, 8, 9, 10 y 11).

Como se mencionó anteriormente (Capítulo 2), una de las preguntas de la encuesta requería que los participantes observaran dos iconos que representaban dos de las funciones de Facebook y que han sido denominados como *like* y *hashtag*. La primera función le permite demostrar al usuario que está de acuerdo con la publicación que ha realizado alguien más. La segunda función facilita encontrar las publicaciones de los usuarios que

han utilizado el símbolo de numeral (#) delante de una palabra y así estas entran una base datos, que facilita su búsqueda.

Los siguientes gráficos 3.7. y 3.8. presentan los resultados obtenidos acerca de la preferencia de uso de los dos anglicismos mencionados, a través de las respuestas de los estudiantes de la universidad A, del nivel principiante. Los resultados claramente demuestran la preferencia del uso de los anglicismos sobre los equivalentes en español.

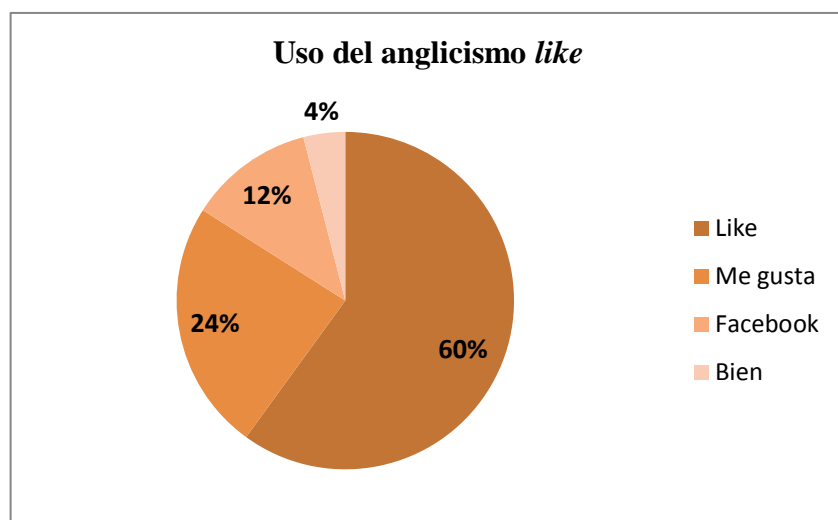


Gráfico 3.7. ¿Con qué término relaciona los siguientes iconos que aparecen en Facebook?
Grupo principiante-Universidad A

En el gráfico 3.7. se observa que el porcentaje más alto de preferencia corresponde a *like*. Hoy en día no extraño escuchar o leer que alguien que utiliza Facebook diga que ha “dado *like* a una foto” aunque también se escuchen expresiones como “dale *me gusta* a mi página”. Sin embargo estos resultados demuestran que el equivalente de *like* en español, “me gusta”, presenta menor preferencia, así lo indica el 24% de este grupo de participantes.

Del mismo modo, se puede observar que otros términos también fueron relacionados con el ícono presentado. Cabe mencionar que en un principio se esperaba que los participantes escribieran el término *like* o la expresión *me gusta*, sin embargo al haber sido esta una pregunta abierta se obtuvieron más de dos términos con los cuales el icono fue relacionado. Es así como el 12% representa a *Facebook*, lo cual demuestra que los participantes asociaron inmediatamente el icono con la red social de estudio, Facebook. En cuanto al 4% de los participantes relacionó el término con la palabra *bien*, es comprensible

esta relación pues el icono presentaba una mano levantando el pulgar lo cual hace referencia a una expresión del lenguaje no verbal utilizada para indicar “está bien”.

Los resultados de los participantes del nivel superior de la universidad A son similares a la anterior. Aunque los porcentajes se distribuyen de forma similar entre el 46% que dijo preferir like, y el 42% que utiliza *me gusta*.

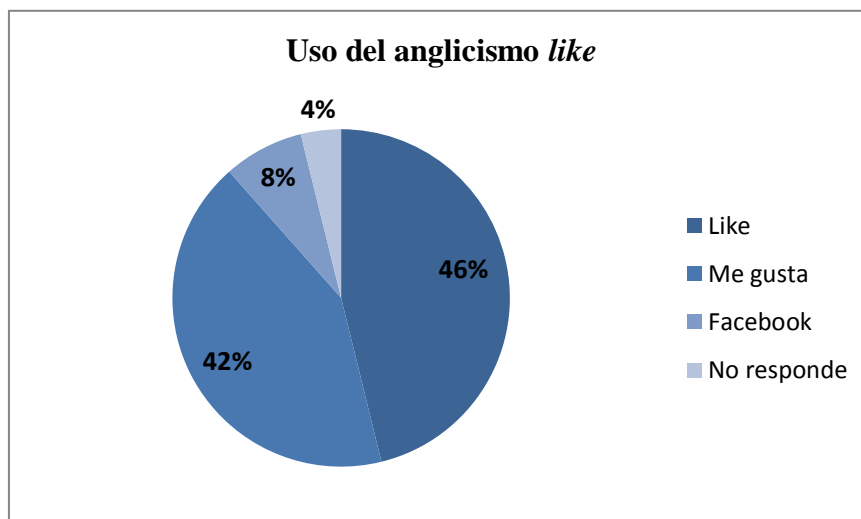


Gráfico 3.8. ¿Con qué término relaciona los siguientes iconos que aparecen en Facebook?
Grupo superior-Universidad A

Similar al caso de los participantes de la universidad A, los dos porcentajes más bajos corresponden a la palabra *Facebook* con el 8% y con el 4% se representa al grupo de quienes no responden a la pregunta. Una vez más se encontró que los participantes tienden a relacionar el icono del pulgar levantado directamente que con la red social Facebook. Esto demuestra que se ha establecido una conexión mental entre el icono y el medio en el que se encuentra.

En cuanto al término *hashtag* los resultados obtenidos presentan la alta aceptación por parte de este grupo de participantes pues las respuestas a favor de este término alcanza el 92%. Es decir que la preferencia por el equivalente en español es realmente escasa. A continuación el gráfico 4.9. presenta estos resultados.

Los resultados del nivel principiante de la universidad B en cuanto al uso del anglicismo *like* muestran el 52% de aceptación, es decir que nuevamente el término extranjero se prefiere mucho más, mientras que *me gusta*, llega a un 36%. El 12%

respondió a esta pregunta (gráfico 3.9). Una vez más se observa la preferencia hacia el anglicismo a pesar de que la diferencia porcentual entre *like* y *me gusta* no sea muy grande.

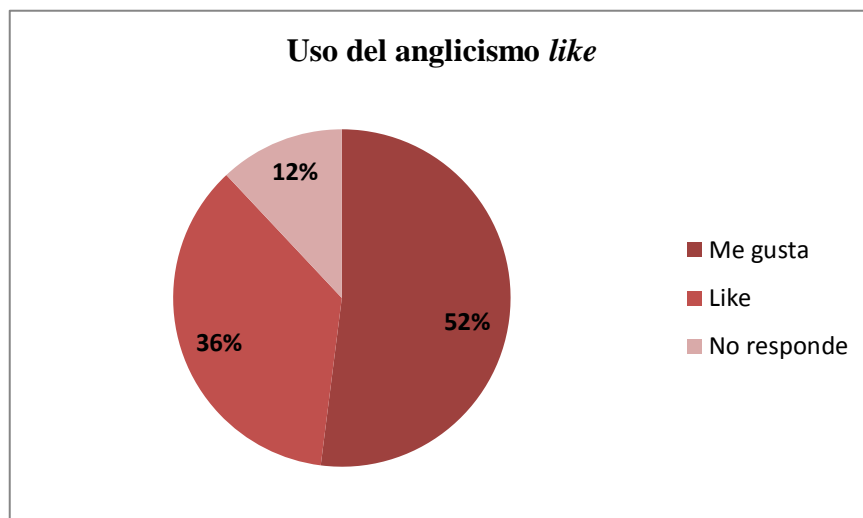


Gráfico 3.9. ¿Con qué término relaciona los siguientes iconos que aparecen en Facebook?
Grupo principiante-Universidad B

Tal y como se presenta en este gráfico el menor porcentaje (12%) es aquel que presenta el grupo de quienes omitieron su respuesta en esta pregunta. Una vez más se observa la preferencia hacia al anglicismo a pesar de que la diferencia porcentual entre *like* y *me gusta* es de un 16%.

En el grupo de los participantes del nivel superior de la universidad B se encontró también que el uso de *like* obtuvo el 68% de uso, y “me gusta”, el 24% respectivamente (gráfico 3.10).

Al observar el gráfico se puede apreciar que el 4% de los participantes demostró relacionar el ícono presentado directamente con Facebook y esta fue la única red social con la que al parecer encontraron relación pues este fue el único nombre de alguna red social que se detalló. Asimismo tan solo el 4% de los participantes no presentó alguna respuesta.

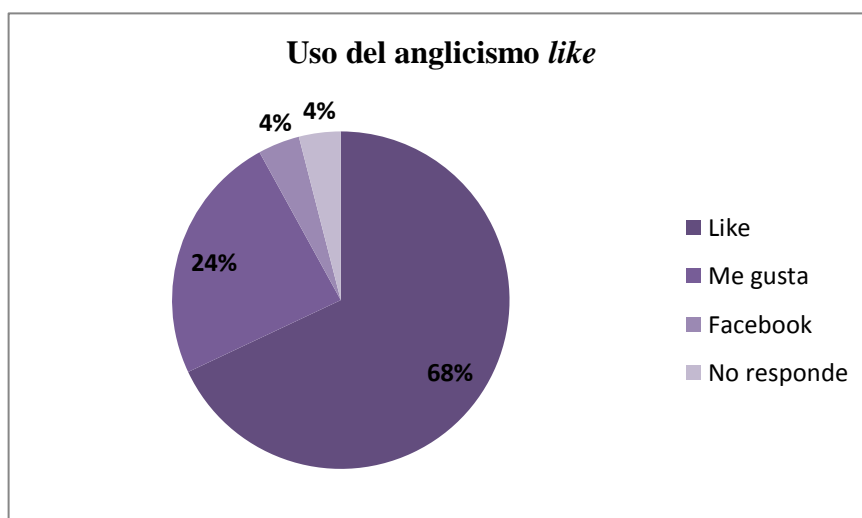


Gráfico 3.10. ¿Con qué término relaciona los siguientes iconos que aparecen en Facebook?
Grupo superior-Universidad B

Con respecto al uso del anglicismo *hashtag*, los resultados demuestran en el gráfico 3.11. que la mayor parte de los participantes, es decir el 56% prefiere el uso del anglicismo y el 20% de ellos decide no responder a la pregunta como se puede observar a continuación.

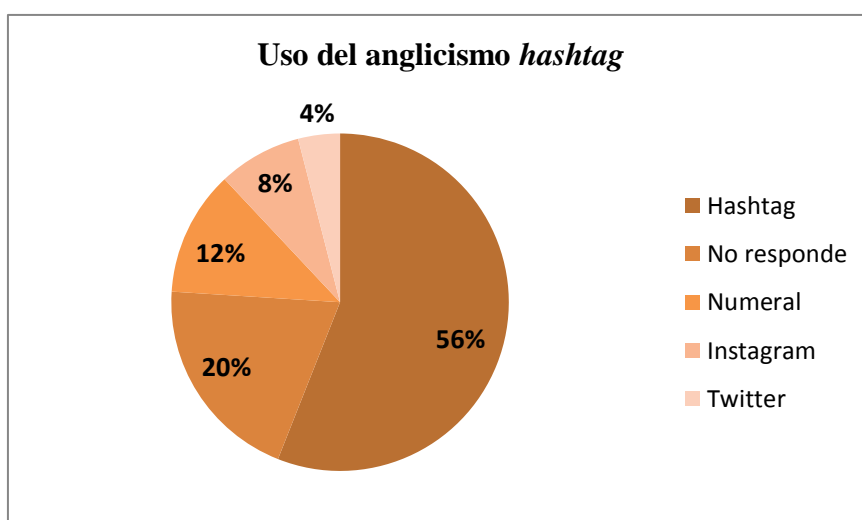


Gráfico 3.11. ¿Con qué término relaciona los siguientes iconos que aparecen en Facebook?
Grupo principiante-Universidad A

Dentro del grupo de los términos con menor porcentaje se encuentra *numeral*, término que sería considerado como el equivalente en español del anglicismo mencionado anteriormente. El término *numeral* únicamente alcanzó el 12% lo cual no representa ni

siquiera a la mitad de este grupo de participantes. Otras de las respuestas que se obtuvieron fueron los nombres de dos redes sociales *Instagram* y *Twitter*, cada una con el 8% y el 4% respectivamente. Similar a los resultados del anglicismo *like*, los participantes relacionaron el icono con otras redes sociales en las cuales también se utiliza esta función.

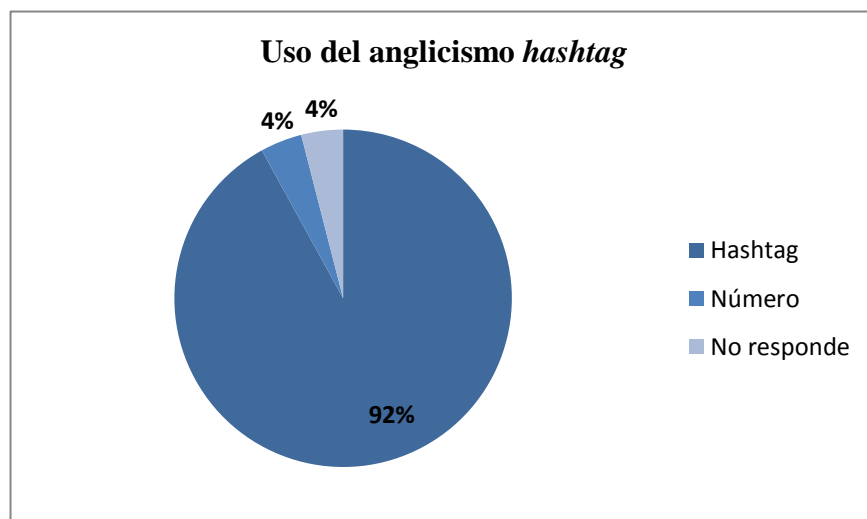


Gráfico 3.12. ¿Con qué término relaciona los siguientes iconos que aparecen en Facebook?
Grupo superior-Universidad A

Este gráfico anterior demuestra que los participantes relacionaron el icono presentado (#) mucho más con el anglicismo que con el término en español, el cual originalmente sería “numeral”. A pesar de esto y como se presenta en el gráfico, los participantes escribieron la palabra “número” (4%) la cual no está muy lejana de la definición de “numeral” pues de acuerdo con la RAE, este término es perteneciente o relativo al número.

Hasta este punto del estudio, los gráficos presentados de la universidad A (3.7., 3.8., 3.11, 3.12.) demuestran que el uso de los anglicismos presenta una alta aceptación por parte de los participantes; tal es la aceptación que en la mayor parte de los casos el anglicismo alcanza el porcentaje más alto de todos. En lo que corresponde al anglicismo *like* se pudo apreciar que los participantes del nivel principiante parecerían utilizarlo mucho más (60%) que los del nivel superior (46%). Sucede todo lo contrario con *hashtag*, los participantes del nivel superior (92%) demuestran utilizarlo mucho más que los del nivel principiante (56%). Esto podría ser porque *hashtag* no sería un término muy común, por lo tanto se vuelve más difícil de aprender.

Como se ha venido mencionando a través de este estudio, en base a los otros términos presentados previamente, algunos de los anglicismos parecerían ser más utilizados por los monolingües y otros mucho más por los bilingües. Sin embargo lo interesante de los resultados recae en los altos porcentajes que alcanzan los anglicismos frente a los equivalentes con los que cuentan dentro del español.

En el caso del otro anglicismo, *hashtag*, los resultados apuntan el notorio uso de este término pues el porcentaje que este alcanzó fue del 76%. De esta forma, una vez más el equivalente en español se encuentra en la segunda posición con el 12% de audiencia. Al parecer el intenso uso de Facebook permite que los usuarios mantengan mayor contacto con los términos que se usan dentro de esta red y que originalmente se encuentran en inglés. Estos resultados se pueden apreciar en el gráfico 3.13. a continuación.

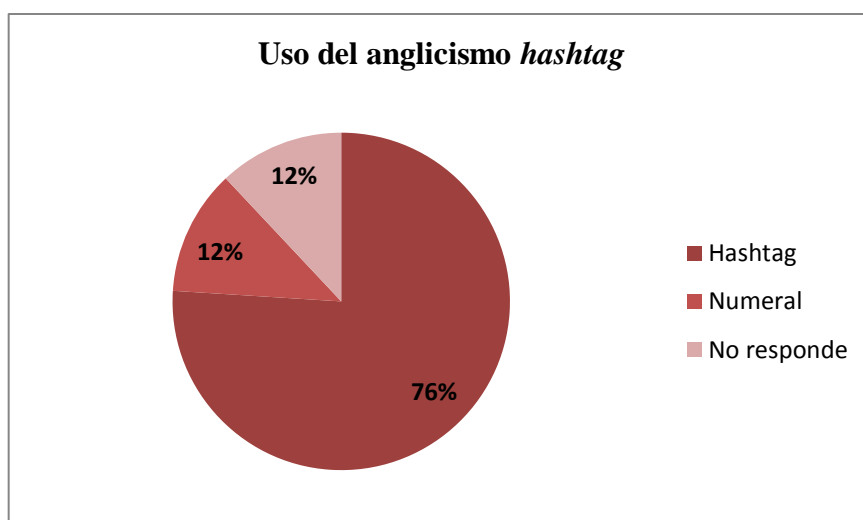


Gráfico 3.13. ¿Con qué término relaciona los siguientes iconos que aparecen en Facebook?
Grupo principiante-Universidad B.

Este gráfico también presenta una similitud en los resultados pues así como el 12% relacionó el icono con la palabra “numeral”, el otro 12% omitió la respuesta. En estos resultados sí se obtuvo el equivalente en español esperado, es decir “numeral”.

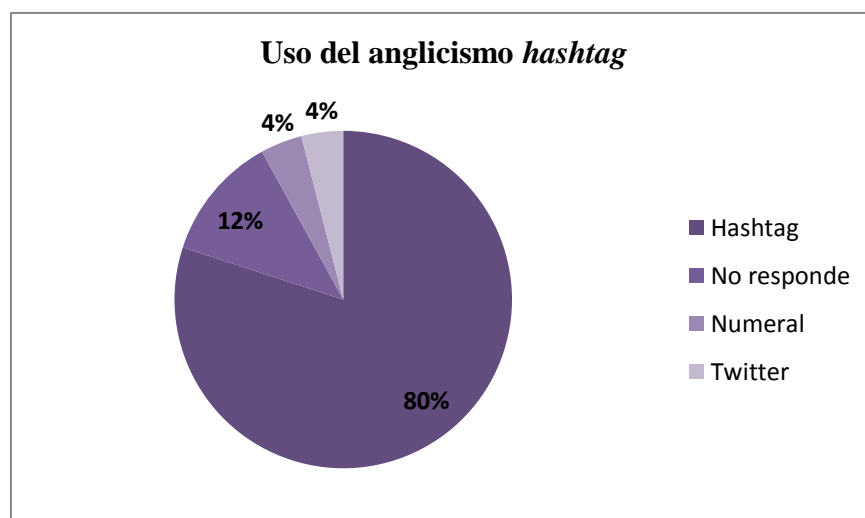


Gráfico 3.14. ¿Con qué término relaciona los siguientes iconos que aparecen en Facebook?
Grupo superior-Universidad B.

El gráfico presenta que el 80% de los participantes encuentra relación entre el icono (#) presentado y el término extranjero *hashtag*. Por el contrario, el equivalente en español de este término únicamente alcanzó el 4%, ubicándolo en el grupo de los menores porcentajes junto con los que relacionan este anglicismo con otra red social, Twitter. Como se indicó anteriormente dentro de esta plataforma virtual también se cuenta con esta función, y por tanto se da la posibilidad de que se relacione. El 12% no respondió.

Los resultados que representan a las respuestas presentadas por los participantes de la universidad B demuestran la alta tendencia del uso de los anglicismos. Fueron estos términos los que alcanzaron los porcentajes más altos desplazando notoriamente a los términos equivalentes en español. Se pudo apreciar también que a pesar de que el anglicismo *like* obtuvo altos porcentajes, el anglicismo cuyos porcentajes superaron el 70% fue *hashtag*, es decir que este término extranjero tuvo una gran acogida por los jóvenes quiteños, nativos hablantes de español. Así también se encontró que una parte de este grupo de participantes relacionó el anglicismo *like* y su uso dentro de Facebook y el anglicismo *hashtag* y su presencia y función en otra red social conocida como Twitter.

En esta pregunta no se les solicitó a los participantes que escribieran un ejemplo incluyendo los términos que habían escrito como parte de sus respuestas pues únicamente se buscaba determinar si los participantes encontraban alguna relación entre los íconos

presentados y alguno de los términos que se usan dentro de Facebook. Entre los ejemplos que se han podido recoger dentro de la misma red social están: “dale *like* a mi foto”, “utiliza el siguiente *hashtag* para entrar en el concurso”, “si llego a los 1000 *likes* dejo de fumar”, “sube tu foto con el *hashtag* que aparece a continuación y participas automáticamente¹³.” Varios de los usuarios de Facebook cuentan con negocios propios y utilizan esta herramienta como un medio para ganar publicidad, es por eso que es común encontrar ejemplos en los que los anglicismos *like* y *hashtag* forman parte de una estrategia publicitaria, sobre todo este último.

Todos los gráficos relacionados con el uso de *like* y *hashtag* muestran la alta acogida que el grupo de estudio tiene por los anglicismos, al menos en relación con el mundo virtual. El uso de una red social como Facebook, en la cual es común el inglés, contribuye con el crecimiento y desarrollo de un contacto lingüístico intenso que se lleva a cabo de forma virtual y mediante la comunicación de forma escrita.

Los resultados nos demuestran lo que pocos esperarían, los monolingües también están apoderándose de los anglicismos. Es decir que de cierta forma Facebook sí facilita la apropiación de otro idioma y contribuye con la rápida distribución de los términos extranjeros que representan las funciones que se encuentran dentro esta red. Los anglicismos llegan a desarrollar tanta popularidad que difícilmente los hablantes se abstienen de usarlos. Es así que no es necesario ir a un curso de inglés para fácilmente relacionar *like* con “me gusta” o *hashtag* con “numeral” después de observar numerosas veces sus funciones dentro de algún perfil de esta red.

Uno de los propósitos por los cuales se decidió incluir preguntas en las cuales los participantes tuvieran la libre opción de responder el término que ellos prefirieran fue el de permitirles concientizar la frecuente o escasa aparición que tienen los anglicismos dentro de su repertorio lingüístico. El contacto lingüístico se genera lenta y silenciosamente, los hablantes de una lengua están expuestos a otra lengua, cuyos elementos van permeando la

¹³ Los ejemplos presentados fueron tomados de Facebook por lo tanto el nombre de los usuarios y cualquier otro contenido que ponga en evidencia la identidad del usuario ha sido omitido para los propósitos de este trabajo.

otra lengua se van sumergiendo dentro de la lengua nativa de los hablantes sin que ellos lo noten.

Entre los anglicismos restantes (5) considerados en este estudio se encuentran *inbox*, *link*, *chat*, *post* y *online*. Para analizar el uso de estos términos, se presentó imágenes y elementos relacionados con las funciones que representan estos términos dentro de Facebook, los mismos que debían relacionarse con su significado. Estas preguntas eran abiertas, de modo que los participantes podían escribir cualquier término que ellos consideraran que esté relacionado con la imagen presentada. En la pregunta 10 también se incluyó una imagen, sin embargo además de este elemento se incluyó un cuadro en el que se presentaban 3 opciones para que los participantes pudieran elegir la opción de preferencia. Se decidió presentar aquel cuadro con las opciones en español, en inglés y el espacio para introducir otro término debido a la dificultad de relacionar la imagen con Facebook por sí sola.

El principal propósito de estas 5 preguntas fue el de brindarles a los participantes la mayor libertad posible de que incluyeran dentro de sus respuestas los términos con los que más relacionaran las funciones de Facebook presentadas. Otra de las características de estas preguntas es que debido a la forma en la que fueron presentadas se obtuvieron diversos resultados, los cuales no serían visualmente presentables por medio de gráficos. Por ende, la presentación, análisis y descripción de estos datos incluirá únicamente los porcentajes obtenidos sin gráficos ni tablas.

En la pregunta 8 se presentó la siguiente situación:

‘Imagine que se encuentra en Facebook y quiere mantener una conversación privada con un amigo/a, ¿cómo denomina a la herramienta que le facilita esta actividad?’

El anglicismo que representa aquella función es *inbox* y fue usado por el 22% de los participantes de ambas universidades. Este porcentaje indicó que el término no es muy utilizado por los participantes. Por otra parte, un porcentaje idéntico (22%) presentó respuestas como “mensajes privados”, “conversación privada”, “chat privado” y hasta “privacidad”. Finalmente, los resultados también demostraron que los participantes relacionan esta función con otro anglicismo, *messenger*.

En la siguiente pregunta, (No. 9) se solicitó a los participantes responder a la siguiente pregunta: ¿Cómo se refiere usted al elemento que es utilizado para enviar o publicar, por ejemplo un video, en alguna red social? La respuesta esperada, *link*. Las respuestas fueron variadas, sin embargo, el 61% hizo referencia a *link*. Otros de los términos que se encontraron fueron “compartir” (9%), *share* con el 4% y “enlace”, ambos con un 4%. En esta pregunta no se encontró una diferencia significativa, entre los participantes del nivel principiantes y del nivel superior de ambas universidades. El uso del anglicismo *link* y el de los otros términos fue similar en ambos grupos.

La pregunta 10 incluía lo siguiente: ¿cómo conoce usted a esta imagen que representa una de las opciones que incluye Facebook? Seleccione una opción. El 62% mencionó publicación y el 32% post, lo que muestra una clara preferencia por el término en español. En la pregunta 11 se buscaba obtener dos anglicismos, *chat* y *online*. Se incluyeron estos dos términos dentro del mismo número de pregunta pues ambos están relacionados dentro de Facebook. La primera pregunta fue la siguiente: ¿cómo denomina a la siguiente imagen que representa una de las herramientas de Facebook? El 73% del total de los participantes escribió *chat* mientras que apenas el 7% escribió la palabra “contactos”. Se puede observar que el anglicismo ciertamente presenta un mayor porcentaje de uso frente al término en español. *Chat* es una anglicismo que debido al amplio uso que los hablantes le han brindado, ha sido aceptado por la RAE.

La pregunta No.11 solicitaba responder, ¿a qué hace referencia el símbolo de un círculo verde que se encuentra junto al nombre de los usuarios de Facebook?, encontramos que el 46% de los participantes respondió “conectados”, el 19% “en línea” y tan solo el 11%, *online*. Las respuestas a esta pregunta fueron bastante variadas sin embargo las que han sido presentadas son aquellas que sobresalieron por sus porcentajes de preferencia y uso. Así se puede observar que en este caso los términos en español son preferidos por los participantes frente al anglicismo. Esto podría ser un resultado de la castellanización de los anglicismos ya mencionados.

De lo anterior, puede verse que las respuestas a las 4 preguntas analizadas (8 a 11) no eran significativamente realmente distintas por grupo. Los resultados acerca del alto o bajo uso de los anglicismos y de sus respectivos equivalentes en español fueron bastante

similares entre los participantes de los niveles principiantes y de los niveles superiores de ambas universidades. Por ende, en cuanto al análisis de estos anglicismos no se consideró necesario realizar una comparación por niveles sino presentar los datos en conjunto debido a la similitud de las respuestas.

Los resultados presentados hasta el momento han demostrado que efectivamente existe un alto favoritismo hacia estos anglicismos extraídos de Facebook y utilizados dentro de él. Cada uno de los términos presentados en esta encuesta cuenta con su propio equivalente en español sin embargo y probablemente debido al contacto diario e intenso que tienen los hablantes con estos términos dentro Facebook ha sido el causante de la notoria presencia de los anglicismos dentro del español. Al ser Facebook una red social cuyo medio de funcionamiento es el internet, las interacciones que mantienen los usuarios con otros usuarios se realizan de forma virtual.

Además de que los usuarios se encuentren expuestos a la información publicada o compartida por los miembros de su red social, hoy en día dentro de Facebook se pueden encontrar cientos de páginas de información, de diarios del país, de entretenimiento y entre otras más, que forman parte también de este contacto ya que se debe recordar que estas páginas son manejadas por otros usuarios quienes llegan a hacer uso de estos anglicismos. Por ejemplo, no es extraño que dentro de la página de un reconocido canal de televisión del país se utilice el anglicismo *like* para dar a conocer a los usuarios que pueden participar en un concurso si “le dan *like*” a la foto presentada.

Es de esta forma que los anglicismos van siendo incorporados dentro del español y los hablantes tienden a aceptarlos y a adoptarlos debido a que es realmente fácil simplemente tomarlos de la otra lengua e insertarlos en oraciones del español. Anteriormente fue mencionado en el primer capítulo que el contacto lingüístico ha sido definido de la forma más sencilla como aquella situación en la cual se requiere el uso de más de una lengua al mismo tiempo y en un mismo lugar (Thomason, 2001). Los resultados de los anglicismos estudiados en esta investigación son un producto de este contacto lingüístico que utiliza la escritura y una plataforma virtual para lograr la difusión de elementos característicos de la otra lengua, como son los anglicismos.

Este estudio demuestra que además del contacto lingüístico generado a través de la interacción presencial entre los hablantes existe esta otra forma de contacto por medio del lenguaje escrito como resultado del mundo moderno y cuyo medio interacción el mundo virtual y, específicamente para este estudio, Facebook. Los resultados que han sido presentados hasta este punto del estudio demuestran el alto nivel de aceptación de los anglicismos que se utilizan dentro de Facebook lo cual señala que estos términos están siendo adoptados por una gran parte de los miembros de esta comunidad de habla y de práctica. El uso de estos anglicismos es una innovación dentro de la lengua de los participantes; una innovación que es utilizada por más de un hablante lo cual demuestra el efecto del contacto lingüístico.

Quienes utilizan Facebook, ya sea por asuntos laborales o personales, están al tanto de la presencia de los términos extranjeros que aparecen a través de este medio. Hoy en día parecería que otro de sus novedosos e interesantes beneficios sería el de relacionarse con otros idiomas, sobre todo el inglés ya que esta es la lengua de origen de esta plataforma virtual.

Una de las preguntas de opinión incluidas en la encuesta solicitaba que los participantes dieran su opinión acerca del uso de los anglicismos en Facebook, entre las varias respuestas se encontraron las siguientes: “Están metiéndose en nuestra mente sin darnos cuenta” (BP.59), “bien, ya me he familiarizado con ellos” (AP.20). Estas respuestas refuerzan lo mencionando anteriormente, el contacto con estos términos llega a ser tan intenso e indirecto que se van introduciendo sutil y paulatinamente dentro de la otra lengua. Para otros participantes, sin embargo, esta influencia es “algo pasajero” “nos dejamos influenciar de otros idiomas, es simplemente una moda” (BP.75).

Así también hay quienes consideran que es beneficiosa aunque con límites: “Muy bueno son palabras a veces nuevas para mí y por ser en una red social yo creo que te las grabas más y haces un autoaprendizaje” (AP.24), “Son buenos siempre y cuando se utilicen con personas que sepan su significado” (AP.25). Hasta este punto del estudio hemos podido observar que los anglicismos son utilizados por los participantes, unos términos son mucho más utilizados que otros. Sin embargo, la presencia de estos términos extranjeros no se limita únicamente a su uso dentro de estructuras gramaticales del español, sino que también

el uso y el significado que le atribuyen los participantes varía para alguno de estos términos. Es así como se generan los dobletes léxicos.

Dobletes léxicos

En el primer capítulo se incluyó una sección en la que se presentaba información acerca de estos elementos, productos del contacto lingüístico conocidos como dobletes léxicos. En principio son dos términos, uno de la lengua materna de los hablantes y otro de la lengua meta, que equivalen a lo mismo, sin embargo los hablantes han decidido atribuirle otro significado a uno de ellos. En esta parte del análisis de los datos obtenidos a través de las encuestas se procederá al estudio de los anglicismos que forman parte del grupo de los dobletes léxicos y que dan inicio a la siguiente área del estudio.

Los anglicismos, junto con sus equivalentes en español, que fueron seleccionados para conformar el grupo de los dobletes léxicos son 4: *hater*, “odiador”, *selfie*, “autofoto”, *stalker*, “acosador”, *gamer*, “jugador de video juegos”.

En la encuesta se incluyeron dos preguntas dedicadas precisamente al estudio de este fenómeno lingüístico. La primera de estas preguntas solicitaba a los participantes si consideraban que existe alguna diferencia en cuanto al significado del término en inglés y su correspondiente en español. Se les solicitó además que explicaran la diferencia que encontraban en el caso de encontrarlas diferentes (gráfico 3.15).

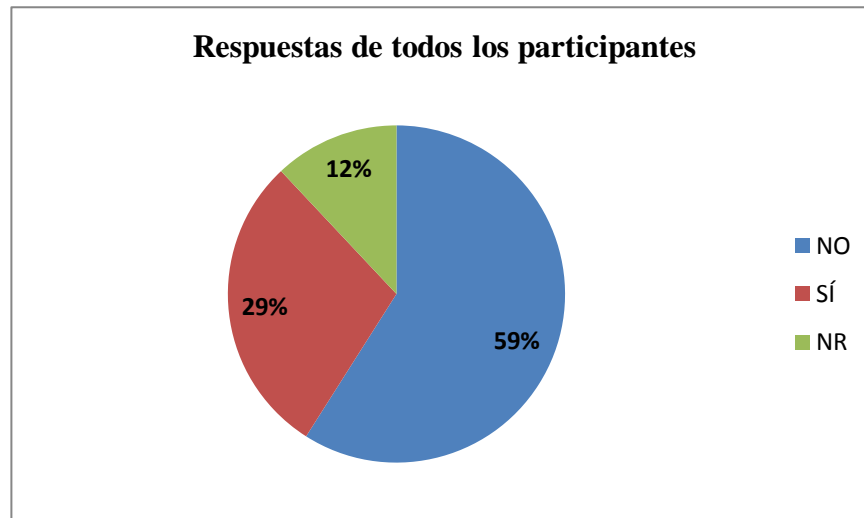


Gráfico 3.15. ¿Considera usted que existe alguna diferencia con respecto al significado de los siguientes términos?

Los resultados demuestran que el 59% de los participantes afirma no encontrar alguna diferencia entre el anglicismo y su equivalente en español, mientras que el 29% considera que sí existe una diferencia entre aquellos términos y el 12% no respondió. Es imprescindible señalar que se encontró una inconsistencia entre las respuestas de esta pregunta (13) y de la siguiente, ¿cómo y cuándo utiliza estos términos? Dé un ejemplo de cómo los utiliza (14)

Las preguntas 13 y 14 tenían como objetivo principal determinar si los participantes encontraban diferencias entre los anglicismos y sus equivalentes en español; se buscaba también que los participantes especificaran cuales eran estas diferencias y como variaba la intención del mensaje al reemplazar un término por el otro. Es así que a través del análisis de estas diferencias lo que se buscó determinar es la función socio-pragmática que los hablantes de español le han atribuido a los anglicismos.

A pesar de que en esta primera pregunta más de la mitad de los 100 participantes indica no encontrar diferencias entre los términos, en la pregunta 14 se obtuvo que el 85% de los participantes pudo presentar ejemplos que indicaban las diferencias entre al menos dos pares de los dobletes léxicos presentados. Por ejemplo, el participante AS.35 responde a la respuesta 13 con un “no” y en la pregunta 14 responde que “acosador” es cuando alguien molesta, te irrita, te busca, mientras que *stalker* describe a alguien que revisa el Facebook de otra persona.

Una de las hipótesis que se generan a partir de las contradicciones que se encuentran en las respuestas de las preguntas 13 y 14 sería que los participantes habrían escrito sus enfocándose en el significado literal de los términos, es decir que es posible que por ejemplo en la pregunta 13 los participantes consideraran que la única traducción literal posible para la palabra “stalker” es “acosador”.

A continuación se presentará el análisis de los resultados obtenidos en la pregunta 14, la cual requería que los participantes indicaran cómo y cuándo utilizaban aquellos términos y que presentaran un ejemplo.

El primer par de dobletes léxicos presentados fue el conformado por *hater* y “odiador”. Este fue el grupo que obtuvo menor cantidad de respuestas en comparación con los otros pues tan solo 20% de los participantes respondió lo solicitado. El anglicismo *hater* es definido por los diccionarios Oxford como un término informal que se utiliza para referirse a una persona negativa o crítica. En la DRAE se presenta una definición parecida, un odiador(a) es una persona que odia. Como se puede observar, ambos términos presentan una connotación negativa, así también ambos términos forman parte de las entradas léxicos de los diccionarios que representan tanto a la población angloparlante como a la hispanohablantes. Cuatro de las respuestas que se obtuvieron se pueden observar los siguientes comentarios.

“**Hater** suena menos fuerte.” (AP.16.)

“**Odiador** es más informal y suena feo.” (BP.62)

“**Hater** cuando alguien odia todo de la vida.” (AS.26.)

“**Odiador** nadie lo usa, **hater** es más suave y un poco tomado a broma.” (AS.34.)

Debido a que los participantes consideraron que el término “odiador” no se utiliza, se abstuvieron de presentar ejemplos utilizándolo; sin embargo si se obtuvieron ejemplos del anglicismo *hater* como se puede ver a continuación.

“Esa man es una **hater**” Participante (AP.12.)

“Mira ahí vienen tus **haters**” Participante (AS.34.)

La percepción que tienen los hablantes de dos términos que originalmente tendrían el mismo significado, si bien el término del inglés parece tener menor intensidad. Al parecer, el uso del anglicismo *hater* disminuye la intensidad del mensaje pues la intención es diferente. Al hacer uso de este término el interlocutor le estaría dando a conocer al receptor que se trata de una broma y que por lo tanto la situación no sería seria. En cuanto al término “odiador” hay quienes se atreven a decir que “nadie lo usa” y que hasta “suena feo”, esto indica la poca aceptación que se le brinda a este término dentro de su lengua de origen. Así como lo menciona López (2006) en el caso de los dobles léxicos se presenta un término local y un término neutralizador, es así que “odiador” es el término local y *hater* el término neutralizador que provee con otra intención al mensaje del interlocutor disminuyendo la intensidad del término.

El segundo par de dobles lo conforman los términos *selfie* y “autofoto”. De acuerdo con la definición presentada por los diccionarios Oxford, *selfie* es un término utilizado para hacer referencia a una fotografía que una persona se ha tomado de sí mismo, usualmente con un teléfono inteligente o como una cámara web y compartida a través de las redes sociales. El término “autofoto” no consta en el registro de la DRAE debido a su reciente origen. “Autofoto” sería el término creado para contar con un equivalente en español del anglicismo *selfie*.

El grupo de quienes contestaron acerca de las posibles diferencias entre estos términos alcanzó el 74% (28% no respondió). Anteriormente ya se mencionó (gráfico 4.6.) que *selfie* presenta una amplia popularidad entre los jóvenes quiteños por lo tanto, se podría considerar que su uso predomina sobre cualquier otro término propio del español como lo es “autofoto”. Tres de las respuestas que se obtuvieron son las siguientes:

“**Autofoto**, no se usa”. (BS.100.)

“**Selfie**, en Facebook cuando subo una foto.” (BP.74.)

“Tomémonos un **selfie**”. (AP.3.)

Debido a que los participantes consideraron que el término “autofoto” no se utiliza, no dieron ejemplos utilizándolo; sin embargo si se obtuvieron ejemplos del anglicismo *selfie* como se puede ver a continuación.

En estas respuestas se puede observar como los participantes relacionan el anglicismo *selfie* con Facebook y con herramientas tecnológicas como lo son un celular y una Tablet, “*selfie*, foto con el celular” (AP.15). Otros de los participantes mencionaron que este término también se lo utiliza para referirse específicamente a una foto tomada por ellos mismos con la cámara frontal del celular. “*Selfie*, foto con cámara del celular o tablet.” (AS.40).

Es decir, que incluso hay todo un concepto mental relacionado con este anglicismo ya que para acceder a una foto con la cámara frontal de un celular se requiere de una posición en particular. Para tomar una o un *selfie* se necesita estirar el brazo lo más alto o bajo posible (depende del ángulo que se quiera obtener) para que la foto cubra todos los elementos y miembros que deban aparecer en ella.

Como se puede observar, una de las respuestas presentadas demuestra que los participantes también asociarían este anglicismo con una situación agradable o memorable que requiere ser recordada y plasmada por medio de una foto entre amigos. “*Selfie*, foto con amigos.” (BP.58.) Otros afirman que el término también se lo utiliza cuando una persona desea tomarse una foto de sí mismo por sí mismo. “Me tomé una *selfie* ayer”. (BS.98.)

Esto indicaría que existen ciertos parámetros que se deben presentar para que se emplee el anglicismo *selfie*, pues la foto que se obtiene como resultado es producto del seguimiento de estos elementos. Por ejemplo, contar con la cámara frontal de algún dispositivo móvil que permita tomar la foto y que la persona que toma la foto o al menos uno de los miembros que aparezca en ella proceda a tomarla. Así también es muy común que esta foto sea compartida en una red social como Facebook. Se podría considerar que el término “autofoto” no evoca el mismo concepto mental que evoca el anglicismo *selfie* y a esto se debería su escaso uso.

En el tercer par de dobletes léxicos se encuentran *stalker* y “acosador”. En los diccionarios Oxford se define el verbo *to stalk* como la acción de acosar o perseguir a alguien de forma obsesiva. Por otro lado, en la DRAE se define al verbo “acosar” como la acción de perseguir, sin darle tregua ni reposo, a un animal o a una persona.

El 53% de los participantes presentó sus respuestas acerca de estos términos, mientras el 47% no respondió. A continuación se presentan algunas de las respuestas de los participantes.

“**Stalker**, investigar el perfil de alguien.” (AP.1.)

“**Acosador**, cuando alguien te molesta, te irrita, te busca.” (AS.35.)

“**Acosador**, te envían mensajes que no te agradan.” (AP.22.)

Entre los ejemplos que presentaron los participantes y que demuestran los diferentes usos de estos términos, encontramos los siguientes.

“¿Por qué le diste *like* a mi foto del año pasado? ¡Qué **stalker** que eres!” (AS.33.)

“Un hombre que molesta a una mujer constantemente es un **acosador**.” (BP.6.)

Las definiciones tomadas de los dos diccionarios mencionados anteriormente señalan que estos términos no serían diferentes pues ambos presentan connotaciones negativas que eluden a la agresión tanto física como mental. Lo interesante es que a través de las opiniones de los participantes se puede concluir que para los hablantes sí existe diferencia entre estos términos. De acuerdo con los participantes, el anglicismo *stalker* sería utilizado principalmente para situaciones que involucren el uso de sitios de internet. “**Stalker**, cuando revisan mis sitios web (Facebook).” (BP.57.) Estos sitios de internet serían aquellos que permitan a los usuarios publicar algún tipo de información y fotos personales a las cuales otras personas puedan tener acceso.

Las respuestas de los participantes con respecto a este anglicismo también demuestran que no se considera a un *stalker* como una persona agresiva ya que no mantiene contacto directo con la persona de su interés. Al parecer las actividades de un *stalker* se limitan únicamente a revisar toda información publicada en Facebook por alguien más. Se

podría alegar que un *stalker* no es realmente una persona peligrosa. A diferencia del concepto de *stalker*, el “acosador” sería alguien que busca intimidar a otra persona, es alguien cuya presencia es notoria, es decir que la persona que está siendo acosada nota la presencia de esta otra persona debido a las actividades que el “acosador” hace, así como enviar mensajes de textos con contenidos no agradables hacia el receptor.

La principal diferencia que se encuentra entre estos términos es que los hablantes consideran que utilizar el término “acosador” conlleva a una connotación más fuerte. La segunda diferencia recae en el hecho de que estos términos se utilizan en contextos de comunicación distintos, el inglés, en el mundo virtual. Así como lo menciona el participante (BP.60.) quien considera que acosador “suena más fuerte y es más personal” mientras que el “*stalker* es más virtual”. La tercera y última diferencia una persona podría no llegar a enterarse que tiene un *stalker* que constantemente revisa su información, mientras que para llegar a ser considerado como “acosador” el acosado deberá siempre saber acerca de la existencia de este, es decir que se refiere a una relación más personal.

El cuarto y último par de dobletes léxicos corresponde a los términos *gamer* y “jugador de videojuegos”. De acuerdo con los diccionarios Oxford, se conoce como *gamer* a aquella persona que juega videojuegos o participa en juegos de roles. Debido a que la expresión “jugador de videojuegos” contiene más de una palabra no se puede encontrar su definición en el DRAE. No obstante, no es difícil llegar a la conclusión de que un “jugador de videojuegos” sería aquella persona que juega virtualmente.

En cuanto a las respuestas acerca de estos términos tan solo el 44% de los participantes sí respondió a lo solicitado acerca de estas preguntas, mientras que el 56% no lo hizo. Parecería que no existe diferencia alguna entre el anglicismo y el equivalente en español, sin embargo las respuestas de los participantes sí presentan diferencias entre estos.

“**Gamer**, persona adicta a los videojuegos.” (BS.79.)

“Un **gamer** es una persona que se enfoca su vida en los videojuegos y un **jugador** puede hacerlo por un pasatiempo.” (BP.57.)

En relación con los ejemplos que se les solicitó a los participantes, estos omitieron los ejemplos del término “jugador de videojuegos” solo desarrollaron los de “*gamer*”.

“Pablo es un *gamer*, sabe mucho de videojuegos.” (AP.15.)

“Eres un *gamer*, deja el vicio.” (AS.40.)

Las respuestas de los participantes indican que al parecer la diferencia entre estos términos sería que el anglicismo *gamer* se lo relaciona exclusivamente con una persona que muestra dedicación y adicción hacia los videojuegos, incluso el realizar esta actividad podría ser su fuente de trabajo. “*Gamer*, cuando alguien juega muchos videojuegos.” (AP.14). También se describe al *gamer* como una persona que tendría cierto grado de adicción hacia los videojuegos.

Otra de las características del *gamer* es que la actividad de jugar videojuegos la realizaría en línea, es decir a través del internet, así como lo menciona el participante (AS.27.) Finalmente, parecería que un “jugador de videojuegos” es toda persona que juegue un videojuego sin embargo esto no significa que realice esta actividad con constancia. Es decir que para ser considerado como un “jugador de videojuegos” no se requiere haber obtenido muchos logros en esta actividad, tampoco se requiere de constancia ni dedicación porque cualquier persona puede serlo. “*Gamer*, jugador de videojuegos experimentado (veterano) y “jugador de videojuegos”, cualquier persona que utiliza un control de juego.” (BS.100).

Estos cuatro grupos de dobletes léxicos son unas de las más claras representaciones de la situación de contacto lingüístico que se ha generado entre el español y el inglés. Así como lo señalan Otheguy & Stem (2010) los hablantes tienden a utilizar tanto el término local como el término neutralizador, en muchas ocasiones con distintos significados o al menos connotaciones, cuando se encuentran en situaciones de contacto lingüístico. Los pares de dobletes léxicos que se han presentado en este estudio incluyen cada uno un término en español, el cual cumple la función de término local, y un anglicismo que funciona como término neutralizador. El término local mantiene la definición estándar mientras que el término neutralizador adopta la definición proporcionada por los hablantes

y en muchas ocasiones parecería que presenta mayor preferencia de uso porque los hablantes considerarían que este “suena mejor” y que suaviza la intención del mensaje.

Las definiciones proporcionadas por los diccionarios más representativos, tanto del inglés como del español demuestran que no habría ninguna diferencia entre estos términos, pues significarían lo mismo en cada lengua. Al analizar e interpretar las respuestas y los ejemplos elaborados por los participantes se encontró que a pesar de que cada par de dobletes léxicos era semánticamente similar, los participantes no lo consideran así, pues desde el punto de vista pragmático serían diferentes. Esto significaría que los hablantes de español consideran que existe un contexto específico para el anglicismo y su equivalente en español, pues el uso y el significado pragmático de estos términos no sería el mismo.

Al parecer los dobletes léxicos pueden coexistir dentro de la misma lengua debido a que cumplen funciones pragmáticas distintas. Es decir que estos términos que conforman los dobletes léxicos se mantendrían dentro del español debido a sus usos semántico-pragmático especializados. Son los hablantes, la comunidad de práctica, quienes deciden cómo y cuándo utilizar estos términos, pues son ellos quienes les han atribuido un nuevo significado dentro de la lengua receptora, es decir en el español (Rodríguez, 1996).

Facebook: Una comunidad de práctica virtual

Como se ha mencionado desde el inicio de este trabajo, el amplio y extenso uso de los anglicismos que han formado parte del análisis de esta investigación, comparten un mismo hábitat, es decir el español. Sin embargo, más allá de encontrar estos términos extranjeros dentro del español se ha encontrado que los hablantes los utilizan en Facebook, una plataforma virtual que funciona como red social. Dentro de Facebook los usuarios tienen la oportunidad de mantener contacto con otras personas y así también se encuentran expuestos a una amplia cantidad de información.

Desde el momento en que alguien decide unirse a Facebook, al crear una cuenta dentro de esta red social esta persona ya se convierte en un usuario más. Con el pasar del tiempo esta persona se va familiarizando cada vez más con las funciones que brinda Facebook y el número de “amigos” en su red social puede ir aumentando, pues en algunos

casos los usuarios utilizan este medio para conocer a otras personas. Es de esta forma que los usuarios empiezan a formar parte de una comunidad de práctica.

Los usuarios o miembros de Facebook se unieron a esta red social por algún motivo en particular, ya sea este el conocer nuevas personas, mantener contacto con los seres queridos, promocionar su negocio o cualquier otro. Sin embargo, podría ser que todos estos usuarios mantengan un motivo en común, el estar informados y el informar. Es así precisamente como se constituye una comunidad de práctica, en base a un conjunto de personas que mantienen creencias y valores similares y se han unido para alcanzar el mismo propósito (Eckert & McConnell-Ginet, 1999).

El proceso que lleva a los usuarios a convertirse en miembros de una comunidad de práctica genera aprendizaje, es decir que los usuarios necesariamente obtendrán algún conocimiento (Wenger en Holmes & Meyerhoff, 1999). El uso de los anglicismos es una de las características de la comunidad de práctica virtual que se ha generado en Facebook, por lo tanto los usuarios y hablantes pueden permanecer como miembros periféricos o convertirse en miembros esenciales de esta comunidad. Al simplemente observar la presencia de estos términos y no emplearlos, los hablantes son considerados como miembros periféricos, sin embargo al ya emplearlos se convierten en miembros esenciales de la comunidad de práctica virtual conformada en Facebook.

Como se mencionó en el primer capítulo, una comunidad de práctica tiene tres dimensiones: el compromiso mutuo, la empresa conjunta y el repertorio compartido. Al hablar de compromiso se enfatiza en la interacción que mantienen los usuarios de Facebook con los miembros de su red social. La empresa conjunta se refiere a este propósito de informarse o de informar algo a alguien a través de este medio virtual. Finalmente, el repertorio compartido involucra esta adopción de los anglicismos por parte de los hablantes y miembros de Facebook. El uso de estos anglicismos se ha convertido en aquella terminología especializada que caracteriza a este grupo de usuarios (Wenger en Holmes & Meyerhoff, 1999). La presencia de estas tres dimensiones es lo que ha permitido la evolución de esta comunidad de práctica virtual dentro de Facebook.

Conclusiones

Al empezar este trabajo se propuso como objetivo general demostrar la influencia del uso del inglés dentro de Facebook, específicamente en el habla de la población universitaria perteneciente a dos universidades privadas de la ciudad de Quito. A través de las encuestas desarrolladas en las dos instituciones, fue posible determinar que efectivamente sí existe una notoria aceptación de estos términos que vienen del inglés en el habla de los jóvenes que utilizan Facebook.

Así también se observó que el contacto lingüístico permea la lengua de jóvenes tanto bilingües como monolingües. El proceso de difusión de los términos extranjeros involucra a los bilingües pues así como menciona Grosjean (2012) son ellos quienes utilizan los denominados préstamos espontáneos. Estos préstamos deben ser diferenciados de aquellas palabras que se han vuelto parte del vocabulario de la lengua de una comunidad y que por lo tanto también son utilizadas por los hablantes monolingües.

De acuerdo con el autor la integración de los préstamos dentro de otra lengua requiere de un proceso complejo, el cual es llevado a cabo por los bilingües. Es así como algunos préstamos son incorporados por un bilingüe y otros son aceptados por una numerosa comunidad de bilingües antes de que estos términos sean transferidos al grupo de monolingües.

Los bilingües, de todos modos, parecen servir de puente aunque por el uso del Facebook y la frecuencia de uso, los monolingües van exponiéndose al vocabulario hasta apropiarse de él. Es así que se puede establecer que los bilingües no son imprescindibles, lo imprescindible es la existencia de este mundo virtual, el ser parte de una comunidad de práctica virtual y, por supuesto, la interacción gracias a un contacto intenso que llega a ser directo.

Los hablantes adoptan los anglicismos que se han ido introduciendo en el español y a veces, en algunos casos realizan ciertas modificaciones morfológicas para que logren insertarse dentro de la lengua receptora. Por eso se habla de una adopción y de una adaptación. En cuanto a la pronunciación, mantienen parcialmente la pronunciación de origen que estos presentan.

El uso de los anglicismos dentro del español abarca mucho más que simplemente reemplazar a un término del español; los anglicismos pueden llegar a ser utilizados por los hablantes con otros propósitos comunicativos. Es así como se encontró en el caso de los dobles léxicos que para los hablantes, el elegir un anglicismo en lugar de su equivalente en español es motivado o inducido a causa de las diferencias socio-pragmáticas que los hablantes encuentran entre ambos términos.

Tanto el término local como el término neutralizador cumplen con funciones pragmáticas distintas pues semánticamente no son similares. Además de esto, el anglicismo tiende a ser elegido por el hablante debido a que el uso de este suaviza la intención del mensaje. Por lo tanto, se puede determinar que los anglicismos en el español reciben una adaptación sobretodo morfológica y semántico-pragmática.

Los hablantes y usuarios de Facebook utilizan herramientas tecnológicas que les facilitan el acceso hacia este sitio de internet con el propósito de mantener interacción con otros miembros (Dubé et al., 2005) y es de esta forma como se genera la propagación de estos términos extranjeros, es decir que se genera un uso extendido de estos términos, fuera de los usuarios del mundo virtual.

Finalmente, es importante enfatizar una vez más en que los cambios producidos dentro de una lengua son producto del contacto lingüístico que se lleva a cabo entre dos lenguas y en este caso, son sobre todo los jóvenes hispanohablantes, quienes están dispuestos a crear modas y generar estos cambios dentro de su lengua. Son los jóvenes los principales responsables del notorio crecimiento de los anglicismos dentro del español.

Recomendaciones

Debido a que este estudio únicamente cubrió lo planteado en los objetivos que se presenta al inicio, a continuación se incluyen algunas recomendaciones que podrían ser llevadas a cabo a través de investigaciones similares que involucren el estudio del contacto lingüístico y de los anglicismos.

- Realizar un estudio réplica que se lleve a cabo en la red social Twitter y que se expanda el número de la población participante; por lo tanto también se deberá incluir a otros grupos generacionales. De esta forma se podrá determinar la expansión del uso de los anglicismos en el habla de otros grupos y así analizar el posible rol que cumplen otras variables sociales en un estudio de este tipo.
- Investigar el rol de otros medios de telecomunicaciones como programas de televisión para así determinar otros motivos a los cuales se les atribuya la propagación espontánea de los anglicismos. Así también, es recomendable prestar atención a la lengua que predomina dentro de estos programas, pues este sería uno de los factores involucrados en la presencia de los anglicismos.
- Llevar a cabo un estudio similar en el cual se incluyan otras variables sociales como sexo y clase social, en el cual se utilicen grupos focales para así determinar otros posibles factores que conllevan al uso y a la preferencia de estos términos.
- Indagar en los cambios y adaptaciones morfológicas a las cuales se ven sometidos los anglicismos para lograr permanecer dentro de la lengua receptora, es decir el español. Para esto se puede emplear entrevistas abiertas que incluyan temas en los cuales los participantes puedan usar los anglicismos de forma espontánea y natural en su discurso.
- Estudiar la influencia de Facebook y los anglicismos que se usan dentro de este en otros grupos poblaciones del Ecuador que cuenta con acceso a internet. De esta forma se podría observar si la presencia de los anglicismos incluye otros grupos y no se limita únicamente a uno en particular.
- Ampliar la parte de la investigación que se enfoca en el grupo de los dobletes léxicos y establecer las diferencias socio-pragmáticos que estos presentan. De

esta forma se busca profundizar en el tema de los conceptos mentales diferentes que los hablantes pueden llegar a atribuirle a dos términos de dos lenguas diferentes que originalmente tendrían el mismo significado.

- Determinar otros posibles fenómenos lingüísticos que se estén originando a partir del uso de las redes sociales. En este estudio se observó el uso de anglicismos, sin embargo también se podría investigar la presencia de otras lenguas que se estén usando junto con el español.

BIBLIOGRAFÍA

- Alfaro, R. (1964). *Diccionario de Anglicismos*. Madrid, España: Editorial Gredos.
- Auer, P. (2002). *Code-Switching in Conversation: Language, Interaction, and Identity*. London: Routledge.
- Appel, R., & Muysken, P. (1996). *Bilingüismo y contacto de lenguas*. Barcelona: Editorial Ariel S.A.
- Crystal, D. (2004). *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- De la Vega, E. (2001). *Las ciencias del lenguaje y la variación lingüística sociocultural*. Quito: P.U.C.E.
- Fishman, J. (1971). *Sociolinguistics: A brief introduction*. Rowley: Newbury House Publishers.
- García, F. (1992). *Nociones de sociolingüística*. Barcelona: Editorial Octaedro.
- Gardner, H., & Davis, K. (2014). *The app generation: How today's youth navigate identity, intimacy, and imagination in a digital world*. London: Yale University Press.
- Giddens, A. (2000). *Runaway World: How Globalization Is Reshaping Our Lives*. New York: Routledge.
- Gumperz, J. J. (1982). *Discourse Strategy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hickey, R. (2013). *The handbook of language contact*. Malden, MA: Wiley Blackwell Publishing.
- Lavob, W. (1972). *Modelos sociolingüísticos*. Madrid: Cátedra.
- López-Morales, H. (2006). *La globalización del léxico hispánico*. Madrid: Editorial Espasa-Calpe, S.A.
- Martínez, J. (2008). *Diccionario de usos y dudas del español actual*. España: Gráficas Apel.
- Pratt, C. (1980). *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo*. Madrid: Gredos.
- Romaine, S. (1996). *El lenguaje en la sociedad: Una introducción a la sociolingüística*. Barcelona: Ariel.
- Rotaetxe, C. (1990). *Sociolingüística*. Madrid: Editorial Síntesis.

Saussure, F. (1945). *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Editorial Losada.

Suleiman, Y. (1999). *Language and society in the Middle East and North Africa: Studies in variation and identity*. UK: Curzon Press.

Thomason, S. (2001). *Language contact*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Wardhaugh, R. (2006). *An introduction to sociolinguistics* (5th ed.). Padstow, Cornwall: Blackwell.

FUENTES VIRTUALES

Bomant, E. (1995). Nominalizaciones de los verbos en –ear. *Revista de Filología Hispánica*, 11(1), 29-50. Recuperado de <http://dadun.unav.edu>

Dubé, L., Bourhis, A., & Jacob, R. (2005). *The impact of structuring characteristics on the launching of virtual communities of practice*. *Journal of Organizational Change Management* 18(2), 145-166. Recuperado el 10 de Febrero de 2015, de www.emeraldinsight.com/0953-4814.htm

Eckert, P., & McConnell-Ginet, S. (1999). *New generalizations and explanations in language and gender research*. *Language in Society* 28(2), 185-201. Recuperado el 12 de Febrero de 2015, de <http://www.jstor.org>

Espinoza, C. (2014). *Redes Sociales Ecuador: Facebook pasó los 8 millones*. Recuperado el 15 de Febrero de 2015, de <http://www.coberturadigital.com/2014/12/29/redes-sociales-ecuador-facebook-paso-los-8-millones-2015/>

Urban Dictionary. (1999). Facebook Stalking. En *Urban Dictionary*. Recuperado el 2 de Mayo de 2015, de <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=facebook+stalking>

Gunawardena, C., Hermans, M., & Richmond, C. (2009). *A Theoretical Framework for Building Online Communities of Practice with Social Networking Tools*. *Educational media international* 46(1), 3-16. Recuperado el 10 de Febrero de 2015, de <http://eric.ed.gov>

Hualde, J., Escobar, A., Olarrea, A., & Travis, C. (2010). *Introducción a la lingüística hispánica* (2da ed.). New York, USA: Cambridge University Press. Recuperado el 22 de Febrero de 2015, de https://books.google.com.ec/books?id=dwD5BUNAs2UC&pg=PA183&lpg=PA183&dq=todos+los+nuevos+verbos+que+entran+al+espa%C3%B1ol+a%C3%B1aden+ear&source=bl&ots=8LxsZ_CV1H&sig=529tsAzeCeQPzGCDz_JyjJhrzgA&hl=es&sa=X&ei=NeMzVfmBC7X_sATYh4DADQ&redir_esc=y#v=onepage&q=todos

%20los%20nuevos%20verbos%20que%20entran%20al%20espa%C3%B1ol%20a%C3%B1aden%20ear&f=false

- Holmes, J., & Meyerhoff, M. (1999). *The community of practice: Theories and methodologies in language and gender research*. *Language in Society* 28(2), 173-183. Recuperado el 102 de Febrero de 2015, de <http://www.jstor.org>
- Otheguy, R., & Stern, N. (2010). *On the so-called Spanglish*. *International Journal of Bilingualism* 15(1), 85-100. Recuperado el 18 de Febrero de 2015, de <http://www.anle.us/usr/docs/on-so-called-spanglish.pdf>
- Otheguy, R., García, O., & Fernández, M. (1989). *Transferring, switching, and modeling in West New York Spanish: An intergenerational study*. *International Journal of the Sociology of Language* 79, 41-52. Recuperado el 21 de Febrero de 2015, de https://gc.cuny.edu/CUNY_GC/media/CUNY-Graduate-Center/PDF/Programs/Linguistics/Otheguy/Otheguy-Garcia-Fernandez1989.pdf
- Oxford Dictionaries. (s.f.). *Oxford Dictionaries Online*. Consultado en <http://www.oxforddictionaries.com>
- Oxford Dictionaries Word of the Year 2013. (s.f.) Recuperado el 25 de Marzo de 2015 en <http://blog.oxforddictionaries.com/press-releases/oxford-dictionaries-word-of-the-year-2013/>
- Pérez, M.A. (2012). *Evaluación de programas bilingües: análisis de resultados de las secciones experimentales de francés en el marco del Plan de Fomento del Plurilingüismo de Andalucía* (Tesis doctoral, Universidad de Córdoba, España). Recuperado el 20 de Febrero de 2015, de <http://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/9359/2013000000660.pdf?sequence=1>
- Real Academia Española. (2012). *Diccionario de la lengua española*. (22.^a ed.). Consultado en <http://www.rae.es>
- Real Academia Española. (2012). *Diccionario de la lengua española*. (22.^a ed.). Consultado en <http://www.rae.es/diccionario-panhispanico-de-dudas/que-contiene/tratamiento-de-los-extranjerismos>
- Rodríguez, F. (1996). *Functions of anglicisms in contemporary Spanish*. *Cahiers de lexicologie* 68(1), 107-128. Recuperado el 3 de Octubre de 2014, de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/19075>
- Soler, R. (2009). *Anglicismos léxicos en dos corpus*. Recuperado el 29 de Enero de 2015, de <http://www.ucm.es/info/especulo/numero42/anglexi.html>
- Thomanson, S., & Kaufman, T. (1988). *Language contact, creolization and genetic*

- linguistics*. Berkeley: University of California Press. Recuperado el 20 de Febrero de 2015, de http://books.google.com.ec/books?id=b_6OMfZ1QpUC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbg_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Trask, L. (2000). *The dictionary of historical and comparative linguistics*. Edinburgh: Edinburgh University Press. Recuperado el 20 de Febrero de 2015, de http://books.google.com.ec/books?id=EHeGzQ8wuLQC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbg_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- UNESCO. (1996). *Declaración universal de derechos lingüísticos preliminares*. Recuperado el 15 de Febrero de 2015, de <http://www.unesco.org/cpp/sp/declaraciones/linguisticos.htm>
- Weinreich, U. (1953). *Languages in contact: Findings and problems*. La Haya: Mouton. Recuperado el 15 de febrero de 2015, <http://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/9359/2013000000660.pdf?sequence=1>
- Wenger, E. (1998, June). *Communities of practice: Learning as a social system*. Recuperado el 17 de Febrero, de <http://www.co-i-l.com/coil/knowledge-garden/cop/lss.shtml>
- Wenger, E. (2007). *Communities of practice: A brief introduction*. Recuperado el 15 de Febrero de 2015, de <http://www.ewenger.com/theory/>
- Wooley, S. (2013). *Constantly connected: The impact of social media and the advancement in technology on the study abroad experience*, The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications 4(2), 36-46. Recuperado el 10 de Febrero de 2015, de <http://www.elon.edu/docs/e-web/academics/communications/research/vol4no2/04SarahW>

Anexos

Anexo 1

Encuesta

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
ENCUESTA**

Nombre:
Universidad:
Carrera:

Ciudad de nacimiento:
Celular:
Correo electrónico:

1. ¿Ha vivido en algún país angloparlante (por ejemplo: USA, Australia, Inglaterra, otro)?
Mencionar el país.

SÍ	NO	¿DÓNDE?	¿POR CUÁNTO TIEMPO?

2. ¿Usted tiene televisión por cable? De haber respondido sí, ¿con qué frecuencia ve programas a través de este servicio?

SÍ	NO	1 hora	De 1 a 2 horas	De 2 a 4 horas	De 4 a 7 horas	De 8 a 12 horas	Más de 12 horas

3. Si la respuesta a la anterior pregunta fue sí, ¿qué idioma predomina en los programas que usted ve a través de este servicio?

ESPAÑOL ☐

INGLÉS ☐

AMBOS ☐

4. ¿Cree que el uso de redes sociales le proporciona algún beneficio? ¿Cuál(es) es (son) los posibles beneficios?

5. Especifique el número de horas que utiliza las siguientes redes sociales durante el día.

	No utilizo	1 hora	De 1 a 2 horas	De 2 a 4 horas	De 4 a 7 horas	De 8 a 12 horas	Más de 12 horas
FACEBOOK							
TWITTER							
INSTAGRAM							
WHATSAPP							
OTRA							

6. ¿En qué idioma se encuentran configuradas sus redes sociales?

	ESPAÑOL	INGLÉS
FACEBOOK		
TWITTER		
INSTAGRAM		
WHATSAPP		

7. ¿Con qué término relaciona los siguientes iconos que aparecen en Facebook?



8. Imagine que se encuentra en Facebook y quiere mantener una conversación privada con un amigo/a, ¿cómo denomina a la herramienta que le facilita esta actividad?



9. ¿Cómo se refiere usted al elemento que es utilizado para enviar o publicar, por ejemplo un video, en alguna red social? Ejemplo:

https://www.youtube.com/watch?v=Q_unExsXx4

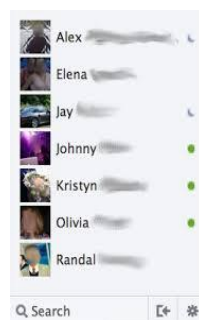
10. ¿Cómo conoce usted a esta imagen que representa una de las opciones que incluye Facebook? Seleccione una opción.

POST	
PUBLICACIÓN	
OTRO	



11. ¿Cómo denomina a la siguiente imagen que representa una de las herramientas de Facebook?

¿A qué hace referencia el símbolo de un círculo verde que se encuentra junto al nombre de los usuarios de Facebook?



12. ¿Utiliza las siguientes palabras?

	SÍ	NO	De haber respondido sí, escriba un ejemplo de cómo utiliza aquella(s) palabras.
HATER			
SELFIE			
STALKER			
GAMER			
FASHION			
FREAK			
HIPSTER			
BLOG			
NICE			
COOL			
TROLL			
OUTFIT			
BACKSTAGE			
FRIENDZONE			
PHOTOSHOOT			
FAKE			

13. ¿Considera usted que existe alguna diferencia con respecto al significado de los siguientes términos?

		SÍ	NO	¿Cuál?
HATER	ODIADOR			
SELFIE	AUTOFOTO			
STALKER	ACOSADOR			
GAMER	JUGADOR DE VIDEOJUEGOS			

14. ¿Cómo y cuándo utiliza estos términos? Dé un ejemplo de cómo los utiliza.

		¿Cómo? y ¿Cuándo?	Ejemplos
HATER	ODIADOR		
SELFIE	AUTOFOTO		
STALKER	ACOSADOR		
GAMER	JUGADOR DE VIDEOJUEGOS		

15. ¿Utiliza los términos presentados anteriormente en sus conversaciones diarias, es decir, en persona?

16. ¿Con qué frecuencia utiliza usted términos que provienen del inglés dentro de su perfil de Facebook?

CON FRECUENCIA	<input type="checkbox"/>
CON POCA FRECUENCIA	<input type="checkbox"/>
MUY ESPORÁDICAMENTE	<input type="checkbox"/>
NO UTILIZO	<input type="checkbox"/>

17. ¿Qué opina usted acerca del uso de términos que provienen del inglés dentro de Facebook?
